الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم

كلية الحقوق والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: علوم إقتصادية التخصص: إقتصاد و تسيير المؤسسات

دور مصالح الرقابة الاقتصادية في حماية المستهلك
دراسة حالة مديرية التجارة لولاية مستغانم

مقدمة من طرف الطالب: تحت إشراف الأستاذ:

-قوعيش ناصرالديـن - بن زيدان ياسين

أعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا		أستاذ	
مقررا	أ.بن زيدان ياسين	أستاذ محاضر.ب	جامعة مستغانم
مناقشا		أستاذ	

السنة الجامعية: 2017/ 2018



إهــــــداء

اهدي هذا البحث

الى روح والدي رحمهما الله و جعل مثواهما الجنة

الى زوجتي و ابنتي الغالية "اسراء غزلان"

الى اخوتي و اختي و الى جميع الاهل و الاقارب

الى جميع اساتذتي على جميع الاطوار

الى جميع الاصدقاء

الى جميع طلبة العلم و المعرفة في هذا القطر الشاسع من الوطن

الى كل عمال مديرية التجارة لولاية مستغانم



" مـــن لـــم يشكـــر النـــاس لـــم يشكـــر الله "

-حديث شريف-

مع اخر اللمسات لهذا البحث كان لزاما علينا ان نتوجه بالحمد للمولى عز وجل الذي وفقنا لاتمام هذا العمل من غير حول منا و لا قوة .

كما نتقدم بالشكر الجزيل للاستاذ الدكتور المؤطر بن زيدان ياسين **الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته القيمة رغم انشغالاته المكثفة جعله الله دخرا لطلبة العلم.**

كما نشكر كل من ساعدنا في انجاز هذا البحث من قريب او من بعيد و لو بكلمة طيبة او دعاء

(ا ن اصبنا فمن الله وحده و ان اخطئنا فمن انفسنا و من الشيطان)

فلله الحمد و الشكر أولا و أخيرا

الفهرس

قائمة الجداول والأشكال:

الفصل الأول :مجال الرقابة في ظل حماية المستهلك

مقدمة:

نظرا للاضرار الجمة التي يتعرض لها المستهلك، فقد بادر المشرع الجزائري الى ايجاد اجهزة متخصصة في مجال الرقابة و الدفاع عن حقوق المستهلكين، و التي تشرف على تطبيق و تنفيد الانظمة و القواعد و تكفل احترامها، حيث تبذل هذه الاجهزة جهودا لا يستهان بها في سبيل حماية المستهلك و تتعلق في المقام الاول بمعاونته في الحصول على ما يلزمه من منتوجات و خدمات يتطلبها الاستقرار المعيشي و رفع الاخطار او العوامل التي من شانها الاضرار بسلامته الجسدية بمنع عرض المنتوجات الفاسدة او المغشوشة في السوق، فالغش المرتكب في مادة ما و فسادها بمقدوره ان يقضي على حياة المئات من الاشخاص الذين يستهلكون تلك السلعة المغشوشة الفاسدة ، اذا ان الحكمة السائدة على السنة الناس هي "الوقاية خير من العلاج" اناول ضرورة لضمان سلامة المستهلك هو معرفة مخاطر المنتجات و الخدمات[1] ، و لا ياتي ذلك الى في اطار تكاثف الجهود ما بين الاجهزة المكلفة بوقاية المستهلك قصد تحقيق المصلحة العامة، هذه الاجهزة متعددة و احيانا تتشابه الاجراءات التي تتخدها، لذلك وجب حصر دراستنا في الاجهزة التي لها دور هام في حماية المستهلك بصفة عامة و التي تحمي المستهلك بصفة خاصة و التابعة لوزارة التجارة .

المبحث الأول:ماهية الرقابة في مجال حماية المستهلك

المطلب الأول: الرقابة

1- مفهوم الرقابة :

إن مفهوم المراقبة لا ينحصر فقط بوصفها أداة لتصحيح الأخطاء وملاحظة مدى القيام بالواجب، وإنما باعتبارها قبل كل شيء أداة لتعليم العمال الطريق الأمثل لجعل عملهم أكثر تنظيما وذو مردودية أحسن واستعدادهم لمواجهة الأخطار الفجائية وفي الوقت المناسب، وللمراقبة جهتين :

1 . المراقبة الذاتية وهي التي يقوم بها مسؤول المؤسسة وذلك عن طريق تتبع مختلف مراحل عملية إعادة الإنتاج المرتبطة بعمل المؤسسة.

2 - المراقبة المركزية وهي التي تتم من قبل الدولة ومن الهيئات المراقبة التابعة لها.

ومن ثمة هدف المراقبة هو الوقاية أو القضاء على الخطر الذي يهدد المستهلك، وهذا لا يتم إلا بواسطة تنظيم خاص، وعليه فقد أقر ت التنظيمات و القوانين وجوب رقابة جودة ونوعية المنتوج أو الخدمة وقمع الغش إضافة إلى الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة[2].

1-نائل عبدالرحمان صالح، الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الاردنية، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي،السنة الثالثة و العشرون، العدد الاول، الكويت 1999،ص 105

2- BOUACHE MOHAMED, Qualité des aliments et protection de la santé de consommateur, Revue ASJEP P 15

والجدير بالذكر انه كثير ما يجري الخلط بين استعمال مفهومي الجودة والنوعية، ولإزالة هذا الخلط نقوم بتوضيح الفرق بين هذين المفهومين :

فالمقصود بالجودة هو قابلية منتوج معين أو خدمة معينة على إرضاء المستهلك وإشباع حاجاته بحيث تجعله إما يرغب في المزيد أو الامتناع، بهذا المعنى يمكن القول بأن جودة المنتوج مرتبطة بخصائصه الداخلية أي طبيعة عناصره أو مكوناته، أما بالنسبة للخدمة فالجودة تنسب إلى الكيفية التي يتم بها تقديم الخدمة بما في ذلك وجود السهولة والراحة، فالجودة إذا تمثل العمل المتقن للسلعة الذي يمكن قياسه وتحديده والتحكم فيه.

ويمكن التعبير عن الجودة بأنها مختلف المعايير والمقاييس المحددة لكل منتوج والتي تتماشى مع رغبات الزبائن، إذ تتخذ هذه المواصفات كأساس لقيام عملية الرقابة على الجودة وهذا عن طريق ملاحظة مدى مطابقة هذه السلعة أو الخدمة للمواصفات المحددة لها مسبقا.

أما المقصود بالنوعية فهي الخصائص الخارجية للمنتوج أو الخدمة كالحجم، اللون، الشكل، فهي التي تمكن من تعداد المنتجات وتجعل منها أنواعا مختلفة، فهي تمثل الجانب الفني للسلعة، أي أنها تعبر عن المفهوم الضيق للجودة.

أما بالنسبة للغش فقد عرفه فقهاء القانون بأنه "كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة، ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع أو من أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها شرط عدم علم المتعامل الآخر به" والغش بصفة عامة يقع إما بإضافة مادة غريبة للسلعة أو بانعدام شيء من عناصرها النافعة أو بإخفاء البضاعة تحت مظهر خادع من شأنه غش المشتري، أو بخلط أو إضافة مادة مغايرة لطبيعة البضاعة، أو من نفس طبيعتها ولكن من صنف أقل جودة بقصد الإيهام بأن الخليط لا شائب فيه، أو يقصد إخفاء رداءة البضاعة أو مظهرها في صورة أجود مما هي عليه في الحقيقة[1].

ويقصد بالغش عموما "عدم الأمانة في القول أو العمل"، ويتضمن هذا التعريف الإشارة إلى الجانب الأخلاقي الحميد الذي يتضمنه لفظ الأمانة والجانب غير المطابق للأخلاق الذي يتضمنه لفظ الغش، فلا شك فيه أن سمو القيم الأخلاقية له دور كبير في عدم انتشار ظاهرة الغش، فالمستهلك عادة ليست لديه القدرة على التمييز بين من يخدعه ومن يرضيه، أو الشيء الذي يضره من عدمه وسعي نحو تجنب ما ينجم عن هذا الغش من أضرار بالصحة العامة للمستهلك، سواء في ذلك الاستعمال أو تداول أو استهلاك

1 - حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك: الحماية الخاصة لرضاء المستهلك فى عقود الاستهلاك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1996.

المواد المغشوشة أو الفاسد، ولهذا جرمت الشرائع المختلفة فعل الغش في ذاته أو في البيع، وحتى مجرد طرح أو عرض المواد المغشوشة أو الفاسدة للبيع وكذلك المواد التي تستعمل في الغش1

2- أنواع المراقبة

وباستقرائنا مختلف النصوص القانونية المتعلقة بموضوع المراقبة نجدها تنقسم إلى ثلاثة أنواع:

- مراقبة مسبقة
- مراقبة لاحقة
- مراقبة مستمرة

أولا : المراقبة المسبقة

سنتناول في هذه النقطة دراسة رقابة المنتج أولا ثم رقابة المنتوج.

رقابة المنتج:في اطار حماية المستهلك"يجب على كل منتج أو وسيط أو موزع وبصفة عامة كل متدخل في عملية الوضع للاستهلاك أن يقوم بنفسه أو عن طريق الغير بالتحريات اللازمة للتأكد من مطابقة المنتوج أو الخدمة للقواعد الخاصة والمتميزة له، وتكون هذه التحريات متناسبة مع نوع العمليات التي يقوم بها المتدخل ومع حجم صنف المنتوج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك ولإمكانيات التي يجب أن يتوفر عليها اعتبار لتخصصه والقواعد المعمول بها عادة في هذا الميدان". و قد ألزم كل المتدخلين في مرحلة إنتاج المواد الغذائية والمنتجات الصناعية واستيرادها وتوزيعها القيام بإجراء تحليل الجودة ومراقبة مطابقة المواد التي ينتجونها بأنفسهم وهذا ما يسمى "بالمراقبة الذاتية" أو التي يتولون المتاجرة فيها أو يكلفون من يقوم بذلك، كما يستطيع هذا المتدخل بتكليف أشخاص مؤهلين يقومون بهذهالعملية[2].

ويجب ان تتوفر في هذا المتدخل حتى يقوم بعملية المراقبة شروط شخصية وأخرى مادية، حيث يجب أن تتوفر في هذا المتدخل الكفاءة أي يفترض في كل مهني التخصص والخبرة والمعرفة خاصة بالنسبة للمهن التي تتطلب التخصص حيث لا يمكن التصور مثلا حرية ممارسة مهنة الطب مثلا أو الصيدلي أو الطب البيطري إلا إذا كان الطبيب متحصلا على شهادة معترف بها من طرف الدولة تسمح له بممارسة هذه المهنة، كذلك الأمر عندما يعتمد الصانع على تدخل مستخدمين، وبصفة عامة من مستخدمين حائزين على شهادات تثبت المؤهلات المطلوبة للقيام بالفحوص الضرورية لتحليل الجودة ومراقبة مطابقة المواد المنتجة وهذا قبل عرضها في السوق.

أما بالنسبة للشروط المادية فقصد بها تلك الشروط الواجبة التوفر في بعض المهن من أجل توفير النظافة في الأماكن والمحيط وكذا الأعوان القائمين بالمهنة.

1-عبد الفتاح مراد،شرح لتشريعات الغش، دار الكتب و الوثائق المصرية، الطبعة الاولى، 1997، ص15 و 16

2- راجع المرسوم التنفيدي رقم 65/92 المؤرخ في 1992/02/12 المتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة مخليا و المستوردة، الجريدة الرسمية العدد 13 بتاريخ 1992/02/19، ص 353

كما يتعين على الشركات والمؤسسات والقائمين بالخدمات في ميدان التغذية أن يجروا فحوصات طبية دورية على عمالهم، كما يجب أن يكون الإطعام الجماعي مطابق لمقاييس النظافة وقواعد التغذية ويتعين على مسؤولي الهيئات والمؤسسات والمقاولات صيانة محلات الإنتاج طبقا لقواعد النظافة والنقاوة ومقاييسها[1]،حيث تكون التجهيزات والمعدات والأماكن اللازمة لعمليات جمع محصول المواد الأولية أو إنتاجها أو تحضيرها أو معالجتها أو تكييفها أو نقلها أو تخزينها مهيأة ومستغلة على نحو ملائم بحيث يتجنب فيها كل تكوين لأية بؤرة، كما أوجب أن تتوفر للمستخدمين في جميع المؤسسات منشآت صحية، وأن تشمل على مغاسل ومضخات، وحجرات لحفظ الملابس ومراحيض مزودة بدقاقة ماء، جيدة الإنارة والتهوية، وأن تتعهد بالنظافة على الدوام.

كما ألزم المستخدمين المدعون بحكم منصب لتداول الأغذية لواجب العناية الفائقة بنظافة ثيابهم وأبدانهم. وأوجب اتخاذ التدابير اللازمة لمنع البصق والتدخين وتناول التبغ والطعام في الأماكن التي تتداول فيها الأغذية. وقد وضع المشرع أحكام تطبق على النقل إذ ألزم على أن يكون العتاد المخصص لنقل الأغذية مقصورا على ما خصص له، ويجب أن يزود هذا العتاد بالتعديلات والتجهيزات الضرورية لضمان حسن حفظ الأغذية المنقولة والحيلولة دون أي فساد لها1.

رقابة المنتوج :

أما فيما يخص الرقابة على المنتوج، قبل التطرق إلى الرقابةالمفروضة على المنتوج ينبغي معرفة معنى المنتوج،فهو كل سلعة أو خدمة مهما كانت طبيعتها فقد يكون قابلا للاستهلاك الفوري أو ممتد الاستهلاك، فلفظ منتوج هو لفظ عام فقد يشمل المنتوجات الفلاحية، الحرفية المحلية والمستوردة والخطيرة أيضا. ومهما كانت طبيعة المنتوج فعلى القائمين بإنتاج السلع والخدمات الالتزام بأمن المنتوج أي ضرورة توفير ضمانات في المنتوج ضد كل المخاطر التي من شأنها المساس بصحة المستهلك أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية .

وعلى ضوء ذلك نتساءل ما هي المنتوجات التي يحضر إنتاجها؟ فهنا يظهر جليا دور الرقابة المسبقة على المنتوج. هذه الرقابة تتمثل في منع إنتاج بعض المنتوجات دون الحصول على ما يسمى "بالرخصة المسبقة"، ونظرا لتعدد المنتوجات التي تخضع للرقابة فقد أخذنا أمثلة من المنتوجات على اعتبار أن هذه المنتوجات كثيرا ما يتداول عليها السوق يوميا وهي :

- المنتوجات ذات الطابع السام.
- المواد الصيدلية.
- مواد التجميل والتنظيف البدني.

1-ارجع الى القانون رقم 05/85 المؤرخ في 1985/02/16 المتعلق بحماية الصحة و ترقيتها،الجريدة الرسمية، العدد 08 بتاريخ 1985/02/17،ص176 .

أ . الرقابة المفروضة على المنتوجات ذات الطابع السام :

دون الإخلال بالطرق الأخرى للمراقبة المنصوص عليها في التشريع المعمول به، فإن بعض المنتجات يجب أن يرخص بها قبل إنتاجها أو صنعها الأول وذلك نظرا لسمتها أو للأخطار الناتجة عنها..." وعليه يقوم المنتج بتقديم طلب للحصول على رخصة مسبقة لإنتاج المواد الاستهلاكية ذات الطابع السام. هذا الطلب يرفق بملف يحتوي على جملة من الوثائق يتم توجيهه إلى مديرية الولائية للتجارة المختصة إقليميا عن طريق البريد أو إيداعه مباشرة لدى ذات المديرية و بعد إيداع الطلب تقوم هذه الأخيرة بإرسال هذا الطلب إلى وزير التجارة الذي يتولى تسليم الرخصة المسبقة وذلك بعد استشارة مجلس التوجيه العلمي والتقني للمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم، ويتولى وزير التجارة تبليغ المتعامل في أجل خمسة وأربعين (45) يوما من تاريخ استلام الطلب بمقرر منح الرخصة المسبقة للصنع أو الاستيراد، أو بمقرر رفض منح هذه الرخصة معلل قانونا. ويمكن تمديد أجل (45) يوما بمهلة جديدة لا تتعدى خمسة عشر (15) يوما. ويتم سحب هذه الرخصة عقب إنذار كتابي توجهه مصالح مديرية الولائية للتجارة المختصة إقليميا إلى صاحب الرخصة وتدعوه فيه إلى امتثال التشريع والتنظيم المعمول بهما في أجل شهر واحد من تاريخ التبليغ1.

ب. الرقابة المفروضة على المواد الصيدلانية :

بمفهوم قانون 05/85 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها، تشمل المواد الصيدلية على الأدوية، والكواشف البيولوجية، والمواد الكيماوية الخاصة بالصيدليات، والمواد الغالينية، وإيناء التضميد وجميع المواد الأخرى الضرورية للطب البشري والبيطري، وتعني كلمة الدواء

حسب هذا القانون "كل مادة أو تركيب يعرض لكونه يحتوي على خاصيات علاجية أو وقائية من الأمراض البشرية أو الحيوانية، وكل المواد التي يمكن تقديمها للإنسان أو الحيوان، قصد القيام بالتشخيص الطبي أو استعادة وظائفها العضوية أو تصحيحها أو تعديلها، وعلى هذا يظهر لنا دور الرقابة هنا في أن المشرع قد ألزم الأطباء أن يصفوا أو يستعملوا إلا المواد الصيدلية الواردة في المدونات الوطنية التي تعدها اللجنة المدونة الوطنية قصد حماية صحة المواطنين وضمان تنفيذ الحملات الوقائية وتشخيص الأمراض ومعالجة المرضى، وحماية السكان من الأدوية غير المرخص بها[1].

إضافة إلى ذلك يجوز أن توزع على الجمهور أو تضع عبر التراب الوطني إلا الأدوية المستعملة في الطب البشري أو الأجهزة الطبية التقنية التي يعتمدها الوزير المكلف بالصحة بناءا على لجنة المدونة الوطنية.

وقد أورد المشرع في هذا القانون المواد من 241 إلى 205 الأحكام الجزائية المتعلقة بالمواد الصيدلية.

ج. الرقابة المفروضة على مواد التجميل والتنظيف البدني :

1--لمزيد من التفاصيل حول هذا الموضوع يمكن الرجوع إلى،القانون 05/85، مرجع سابق، ص177.

أصبحت مواد التجميل والتنظيف البدني مستهلكة بكثرة، وهي مادة حساسة جدا لذا أصبح من الضروري إيجاد السبل المثلى للتكفل بها ولهذا الغرض قامت وزارة التجارة بإصدار مرسوم تنفيذي يحدد من خلاله شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية.

فالمقصود بمنتوج التجميل ومنتوج المنظف البدني كل مستحضر أو مادة باستثناء الدواء المعد للاستعمال في مختلف الأجزاء السطحية بجسم الإنسان مثل البشرة والشعر والأظافر والشفاه والأجفان والأسنان والأغشية بهدف تنظيمها أو المحافظة على سلامتها أو تعديل هيئتها أو تعطيرها أو تصحيح رائحتها.

فيما يخص شروط صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبها واستيرادها وتوزيعها يجب أن يخضع قبل عرضها للاستهلاك أو دخولها للتراب الوطني لتصريح مسبق مرفوق بملف يضم جملة الوثائق يوجه إلى مصلحة الجودة وقمع الغش المؤهلة إقليميا التي تسلم وصل إيداع، اما إذا تعلق الأمر بمادة التجميل والتنظيف البدني أو مكون يدخل في صناعة يجب على المستورد أن يسلم الصيغة الكاملة للمنتوج أو المكون المستورد إلى جمع مراكز مكافحة التسمم التابعة لوزارة الصحة أو شهادة تثبت بأن الممون قد أودع الصيغة الكاملة للمنتوج أو المكون لدى مركز مكافحة التسمم للبلد المصدر أو البلد الأصلي[1].

ثانيا : الرقابة اللاحقة

بعد أن يكتمل صنع المنتوج ويصبح جاهزا للتسويق والاستهلاك لا بد من القيام بجميع التحريات اللازمة لمراقبة مدى مطابقة واستجابة المنتوج للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية قصد تفادي المخاطر التي قد تهدد صحة وأمن وسلامة المستهلك أو تمس بمصالحة المادية، وهو ما يتولى القيام به مجموع الأعوان الرقابة الاقتصادية

ينجز هؤلاء الأعوان مهمتهم عن طريق تقديم ملاحظات آنية وفحوصات ظاهرية بمساعدة آلات وأجهزة(**صور عن هذه الاجهزة في الملحق رقم 01**)، وإجراءات لفحص الملفات وسماع المسؤولين من أجل التعرف على المواد والخدمات، وللتأكد من أن الشروط المفروضة لصنعها وتسويقها قد احترمت[2].

لهذا فإن لهذه السلطة الحق في اتخاذ جميع التدابير التحفظية والوقائية الرامية لحماية المستهلك ومصالحه وهذا ما سوف نتعرض له تحليلا وتفصيلا لاحقا.

والجدير بالذكر فإن هذه الإجراءات التي يقوم بها العون هي التي تضمن شرعية العملية وتضمن حماية المتدخل من جهة، ومن جهة أخرى فإن ضرورة احترام هذه الإجراءات تضمن حماية سر صناعة المنتوج.

1-ارجع للمواد من 5 الى 10 من مرسوم التنفيدي رقم 254/97 المؤرخ في 1997/07/08،المتعلق بالرخص المسبقة لانتاج المواد السامة او التي تشكل خطر، الجريدة الرسمية العدد 46 بتاريخ 1997/07/09، ص 21

2-براق محمد وآخرون، **رقابة الجودة ودورها فى حماية المستهلك**، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الوطنى الأول لمعهد العلوم القانونية والإدارية، **حماية المستهلك فى ظل الانفتاح الاقتصادى**، فى الجزائر، أبريل 2008م.

ثالثا : الرقابة المستمرة

يمكن للسلطة الإدارية المختصة أن تقوم في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتوج للاستهلاك بتحريات لمراقبة المطابقة قصد تفادي المخاطر التي تهدد المستهلك وأمنه التي تمس مصالحه المادية، وبالتالي أثناء عرض المنتوج للاستهلاك سواء من طرف المنتج أو الموزع أو البائع يكون محل رقابة مستمرة وذلك عن طريق معاينات مفاجأة إما من طرف ضباط الشرطة القضائية أو الأعوان مصالح الرقابة الاقتصادية التابعين لوزارة التجارة حيث يقوم هؤلاء بممارسة نشاطهم في أي مكان من أماكن الإنشاء الأولي، والإنتاج والتحويل والتوضيب والإيداع، والعبور، والنقل، والتسويق، أي في أي مرحلة من مراحل عرض المنتوج للاستهلاك، وذلك قصد الاطلاع على المنتوجات أو الخدمات ومدى مطابقتها للمواصفات القانونية والمقاييس المعتمدة التي تتميز بها، هذا فيما يخص الرقابة على عدم الإخلال بالتزام الحفاظ على صحة المستهلك.

أما فيما يخص تحقيق أمن المستهلك وتفادي الأخطار التي تمس المصالح المادية له، هنا تخضع عملية عرض المنتوج للاستهلاك إلى رقابة أخرى أين يقوم الأعوان المختصين بالعمل على تفادي إخلال البائع أو المنتج أو الموزع حسب مراحل عرض المنتوج بالتزاماته أثناء عرضه للمنتوج والتي تدخل في كل من مبدأ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية اضافة الى ذلك يقوم هؤلاء الاعوان بتفحص جميع المستندات التجارية والمالية والمحاسبة دون أن يمنعوا من ذلك بحجة السر المهني، كما يمكنهم أن يشترطوا استلام وحجز المستندات التي تساعدهم على أداء مهامهم، حيثما وجدت ومهما كانت طبيعتها.

إن السلطة الإدارية المختصة تقوم في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتوج للاستهلاك بتحريات لمراقبة المطابقة قصد تفادي المخاطر التي قد تهدد سلامة وأمن المستهلك أو التي تمس مصالحه المادية، وفي حالة ما إذا وجدت مخالفة معينة فإنها تتدخل لوضع حد لذلك، وذلك دون الإخلال بالمتابعات القضائية المحتملة، فهي الوحيدة المؤهلة لاتخاذ كل الإجراءات التحفظية أو الوقائية من أجل حماية صحة ومصالح المستهلك.

المطلب الثاني:الهيئات المكلفة بالرقابة في مجال حماية المستهلك

مقدمة:

توجد مجموعة من الآليات تكفل توفير الحماية للمستهلك من الغش والخداع التسويقي الممارس عليه من قبل الأطراف التي تتعامل معه في إطار عملية التبادل، وهذا بما تتضمنه هذه الآليات من إجراءات تقود في النهاية إلى حصول المستهلك على التعويض المناسب والكافي في حالة وجود عيوب في تصميم ما قدم له، أو في حالة التضليل فيما يتعلق بالمعلومات الخاصة بمستوى جودة المنتجات موضوع التبادل، إلى غير ذلك من الانتهاكات التي قد يذهب المستهلك ضحية لها.

الفرع الأول: الأطراف المسؤولة عن حماية المستهلك.

تقع مسؤولية حماية المستهلك على الحكومة، الأفراد، جمعيات حماية المستهلك، والمؤسسات المنتجة أو الموزعة.

1- الحكومات:

منذ أن تنامت الحركات التي تتكفل بمهمة حماية المستهلك والدفاع عن مصالحه زاد دور الحكومات في الدول المختلفة في لعب أدوار هامة تصب في تجسيد هذا الهدف، وهذا انطلاقا من مسؤوليتها عن حماية مواطنيها في المجالات المختلفة.

ويمكن تلخيص أهم هذه الأدوار في ضمان حقوق مواطنيها في الحصول على البيانات والمعلومات دون تضليل، وضمان حقه في الاستماع إلى انشغالاته وانتقاداته...الخ؛ ويتم التكفل بهذه القضايا وغيرها التي تصب في حماية المستهلك من خلال تفعيل عمل الأجهزة الحكومية[1] التالية:

أ- **الأجهزة القانونية في الوزارات**: وهي ذات العلاقة بموضوع الحماية، والتي تتولى الإشراف على وضع وصياغة القرارات التي تكفل حماية المستهلك، وإجراءاتها الخاصة في حالة حدوث إخلال بهذه الحماية.

ب- **الأجهزة الإشرافية والرقابية**: وهي التي يتجسد دورها في عملية الإشراف والرقابة تجاه موضوع الإخلال بحماية المستهلك؛ حيث يمتد مجال عملها إلى رقابة الممارسات التسويقية للمنتجين والبائعين والموزعين، بالإضافة إلى الاضطلاع بدور الإشراف على إجراء بحوث التسويق والمتضمنة لمجالات: السوق، المستهلكين، الأسعار، الترويج، والتوزيع.

كما يمتد الدور الرقابي لهذه الأجهزة إلى كل ما يرتبط بعملية التبادل مثل كفاية الضمانات الممنوحة للمستهلك، وجودة المنتجات المباعة، وصلاحيتها للاستعمال....الخ.

ج- **الأجهزة القضائية**: ويتمثل دورها في مسألة الفصل في القضايا المتعلقة بحماية المستهلك، غير أن ما يلاحظ عند تقييم فعالية الأجهزة القضائية هو البطء في الفصل في مثل هذه القضايا، بالإضافة إلى عدم وجود محاكم خاصة بقضايا حماية المستهلك، فهي حاليا تعالج ضمن المخالفات التجارية.

2- الأفراد.

يلعب الأفراد سواء أكانوا أفرادا أم جماعات دورا هاما في تفعيل الحماية من منطلق أنهم أصحاب المصلحة الأولى؛ ويمكن لعب هذا الدور الفعال في الحماية من خلال التنظيمات المختلفة التي يعملون ضمنها، مما يتيح كشف الممارسات التسويقية التي تقود إلى الإخلال بحماية المستهلك.

3- جمعيات حماية المستهلك.

1- أحمد إبراهيم عبد الهادي , أمينة مصيلحى سحبل , حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية (دراسة ميدانية) بالتطبيق على محافظة المنوفية , برعاية جمعية حماية المستهلك , ومقدم للمؤتمر العام الأول لحماية المستهلك , القاهرة , 21-22 أكتوبر 1995م.

إذا أردنا أن نحلل دور جمعيات حماية المستهلك في هذا المجال فيمكن القول أن هذه الجمعيات تلعب دورا هاما في حماية المستهلك وهذا من خلال القيام بمجموعة من المهام مثل ربط قضايا المستهلك بظروف المجتمع للتعرف على الطاقات، حث ودفع المؤسسات الرسمية والهيئات المتخصصة إلى سن قوانين تحمي المستهلك، التوعية ونشر ثقافة الاستهلاك، والتركيز على القضايا التي تحظى بأكبر اهتمام لدى المجتمع وهي: الغذاء، تلوث الهواء، الاتصالات، التدخين....الخ.

فبالنسبة لقضية الغذاء- على سبيل المثال- ينبغي العمل على سن قانون لسلامة الغذاء من المنتج حتى مائدة المستهلك؛ أيضا بالنسبة للاتصالات يجب تطوير هذا القطاع وتعظيم استفادة المواطنين منه، فالاتصالات هي إحدى أعمدة الاقتصاديات الحديثة، ولا مجال لتطوير الاقتصاد دون تطوير الاتصالات وتخفيض تكلفتها؛ وهناك عدة مؤشرات في هذا المجال، منها نسبة المتصلين بالانترنت، الهاتف النقال، الهاتف الثابت...الخ؛ ونلاحظ بالنسبة للجزائر أن هذا القطاع يشهد نموا سريعا، وهذا بسبب الانخفاض النسبي في تكاليف خدمات الاتصال الناتجة بدورها عن المنافسة وكسر الاحتكار[1]

لقد زودت الجمعيات بعدة صلاحيات من أهمها :

أ . مهام تحسيس وإعلام المستهلكين.

ب . مهام تمثيل المستهلكين.

ج . مهام الدفاع عن مصالح المستهلكين.

أ . مهام تحسيس وإعلام المستهلكين : قبل ظهور الجمعيات كانت المتكفلة بهذه المهاموسائل الإعلام التقليدية من تلفزة وإذاعة، إشهار وكذلك المحاضرات الملصقات والمطبوعات، إلا بعد ظهور النشاط الجمعوي المنشغل بقضايا الاستهلاك والمستهلك أصبح دوره فعال لاحتكاكه المباشر بالمستهلكين الذين يعبرون فيها بكل حرية عن مشاكلهم وانشغالاتهم هذا من جهة، ومن جهة أخرى فالجمعية تقوم بكل الدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها ولها أن تنشر ذلك حسب نفس الشروط.

ب . مهام التمثيل :دور تمثيل الجمعيات للمستهلكين لا ينحصر أمام القضاء فقط بل تعملعلى تمثيل المستهلكين أمام الأجهزة الخاصة السالفة الذكر، والتي تزودها بكل المعلومات اللازمة والضرورية لنشاطها، لذلك نجد 10 ممثلين للمستهلكين في المجلس الوطني لحماية المستهلكين والذي يزود الجمعية ببرنامج عمل حيث تعمل على تنفيذه،كما نجد ممثل للمستهلكين في المركز الجزائري لمراقبة الجودة والرزم1 كما يمكن للجمعية أن تطلب الاستشارة اللازمة من مجلس المنافسة .

ج . مهام الدفاع عن مصالح المستهلكين :

1-من الموقع الالكتروني، جمعية حماية المستهلك،www.aspc-bbc.org .

ان لجمعية حماية المستهلكينالحق في رفع دعاوى أمام المحكمة المختصة بشرط هو أن يكون الضرر لاحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها، وهذا دون حاجة إلى توكيل أو شكوى من المستهلكين، فالجمعية تطلب تعويض الضرر الناتج عن الخطأ المهني للمصلحة الجماعية للمستهلكين.

والجدير بالذكر فإن هذه الدعوى يمكن أن تظهر للوجود في حالة غياب كل مظهر أو إعلان من الطرف المدني الفردي، فغياب الإحتجاجات من طرف مستهلك ما لا يحرم الجمعية من ممارسة حقوقها الخاصة بالطرف المدني.

غير أن هذه الطرق القضائية لا تكن لها دائما الاحترام من طرف المصلحة الجماعية للمستهلكين، والأسباب عديدة غموض وتماطل قوانين الحماية وكذلك غلاء التقاضي، فيحدث أن جمعيات المستهلكين توجه مباشرة التدخل في السوق هذا التدخل له دورين : الإشهار العكسي أو المقاطعة.

فيمكن للجمعيات الخاصة بحماية المستهلك اتخاذ إجراءات فيما يخص الدراسات والخبرة المتعلقة بالاستهلاك وبثها على الإشهار أو إشهارها، من هذا المبدأ يمكن تطوير حق الانتقاد، فنجد في بعض الأحيان نقد عام خاص لبعض أنواع من المواد ناتج عن حرية التعبير وفي بعض الأحيان الأخرى الانتقاد يوجه مباشرة على منتوج مدقق ومعروف بأن يكون خطرا أو غير فعال، ولهذا فإن الجمعية الجزائرية لحماية المستهلكين على حسب نتائج تحليل مادة مزيل الروائح كان هذا الأخير يكون ضرر التسمم، فطلب من مستعمليه عدم استعمال هذا المنتوج. فحق الانتقاد معترف به للجمعيات، هذا ما جعلها في بعض الأحيان تطلب من المستهلكين المقاطعة وتوجيه أصابع الاتهام لمنتوج ما، وهذا لسبب الضرر الناتج منه أو لغلائه، ففي سنوات سابقة فإن IDEC من أجل الاحتجاج ضد غلاء المعيشة والتصرفات غير الأخلاقيات للمختلسين أعطى أمرا بمقاطعة لحوم البقر والأغنام حتى أثناء شهر رمضان عام 1989، نفس الجمعية قامت بمقاطعة المنتوجات المطروحة على السوق، ومهما يكن الانتقاد فالمقاطعة تعد كسلاح فتاك للتأثير على المهنيين لكي يحترموا الحقوق الشرعية للمستهلكين.

4- أجهزة الإعلام.

تؤدي أجهزة الإعلام بمختلف أنواعها دورا هاما في تأمين الحماية للمستهلك، وهذا من خلال توعية الجماهير فيما يخص حقوقها ومصالحها، إضافة إلى دفاعها عن هذه الحقوق من منطلق أنها تدخل ضمن القضايا الاجتماعية، حيث نجد أن البرامج الإعلامية تهدف إلى المساهمة في معالجة مثل هذه القضايا الحساسة بالنسبة للمجتمع ككل عن طريق توعية المستهلكين بما يتيح لهم إدراك حقوقهم وواجباتهم.

الفرع الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في الجزائر كنموذج:[1]

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته وتختلف مهام هذه الأجهزة وصلاحياتها حسب الغرض الذي تأسست لأجله فقد كلفت بسلطة رقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية التي تجمع المستهلك بالمحترف أو المحترفين فيما بينهم ، سواء على المستوى الوطني أو المحلي وذلك حسب الصلاحيات المخولة لها وحسب النظام التابعة له فهناك هيئات إدارية ، وأخرى قضائية وأخرى أمنية وأيضا ظهرت إلى الوجود هيئات أخرى مستقلة عن الأنظمة السابقة الذكر أصبحت تحتل مكانة جد هامة لدى المستهلك وهي جمعيات حماية المستهلك .

1/-وزارة التجارة[2]:

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة ، هذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء كانت مركزية أو خارجية أو جهوية أم فرعية أو عامة أم ولائية أم محلية بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام والأنشطة تمارسها عبر التنظيم الساري.

يتولى وزير التجارة في مجال الجودة والاستهلاك المهام الآتية :

1 . يشارك في تحديد السياسة الوطنية والتنظيمات العامة أو الخاصة المتعلقة بترقية الجودة وحماية المستهلكين وفي تطبيقها.

2 . يشارك بالاتصال مع الهيئات المعنية في كل الدراسات التي تتعلق بمقاييس الجودة والنظافة والأمن التي تطبق في جميع مراحل صنع المنتوجات وتسويقها لا سيما المنتجات المعدة لاستهلاك الأسر.

3 . يقترح ويتابع كل إجراء يرمي إلى تحسين الجودة من خلال إقرار منظمات العلامات التجارية وحماية العلامات المميزة والتسميات الأصلية.

4 . يشجع عن طريق عمليات ملائمة تطوير الرقابة الذاتية للجودة في مستوى المتعاملين الاقتصاديين.

5 . يسهر على توجيه برامج رقابة الجودة وقمع الغش وتنسيقها.

. ينشط ضبط مقاييس مناهج التحليل والرقابة في ميدان الجودة ويتابعها ويشجعها، وكذا برامج إعلام المهنيين والمستهلكين بالاتصال مع الهيئات والجمعيات المعنية.

ودائما في إطار الرقابة فإن وزير التجارة يمارس رقابة مسبقة فيما يخص منح رخصة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطر من نوع خاص واستيرادها وذلك بعد استشارة مجلس التوجيه العلمي والتقني للمركز

1**المصدر:** وزارة التجارة الجزائر

2-المصدر السابق

الجزائري لمراقبة النوعية والرزم، كما يمكنه سحب هذه الرخصة في حالة عدم امتثال صاحب الرخصة للتشريع والتنظيم المعمول بهما في أجل شهر واحد من تاريخ التبليغ.

وتنفيذا لهذه الصلاحيات يبادر وزير التجارة باقتراح كل الهيئات الضرورية لدعم الرقابة وتأطيرها،

أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة لحماية المستهلك وتنظيم المنافسة نذكر منها:

1- على المستوى المركزي :

أ. **المديرية العامة لضبط النشاطات والتقنين** :تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابيراللازمة الرامية إلى حماية صحة وسلامة المستهلك بحيث تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية مع السهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد المنافسة السليمة والنزيهة، وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

ب. **المديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش:** تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش بحيث يقوم بمراقبة الجودة وقمع ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة مما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق.

2- على المستوى الخارجي:

يتعلق الأمر في هذه الحالة، بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة و تظم:

- **مديريات ولائية للتجارة :** عددها 48, تكلف المديرية الولائية للتجارة بمهمة تطبيق السياسة الوطنية المقررة في ميدان التجارة الخارجية و المنافسة و الجودة و تنظيم النشاطات التجارية و المهن المقننة و المراقبة الاقتصادية و قمع الغش.

- **مديريات جهوية للتجارة :** عددها09, إن المديرية الجهوية للتجارة بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة تقوم بمهام تنشيط و توجيه و تقييم أعمال المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي كما تقوم بتنظيم و إجراء كل التحقيقات حول المنافسة و التجارة الخارجية و الجودة و سلامة المواد.

3 - الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة :

أ- **المجلس الوطني لحماية المستهلكين :(CNPC):** يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية, للمجلس الوطني لحماية المستهلكين دور استشاري فهو جهاز يبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجم عنها من أضرار فهو لا يجوز له أن يصدر قرارات بل يبدي رأيه يتعلق أساسا بحماية المستهلك .

ب- **المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم (CACQE):** يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بدوره ، يعين مديرا لتمثيل المركز ، تتجلى أهداف المركز في مجالين:

- أولها في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها .

- ثانيها يمكن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير و مخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع و الخدمات. يقوم المركز إلى جانب ذلك بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها .

4- هيئات أخرى لها دور في حماية المستهلك[1]:

1-إدارة الجمارك : تلعب إدارة الجمارك دورا فعالا في الدول الحديثة إذ أوكلت لها عدة مهام إلى جانب تلك المتعلقة بمراقبة حركة دخول وخروج الأفراد والبضائع.

2-الجماعات المحلية في حماية المستهلك : يمكن للوالي ورئيس البلدية بالنظر إلى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية أن يتدخلا لوضع حد للممارسات المنافية للتجارة التي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك باعتباره فردا من أفراد المجتمع.

3-الوالي في حماية المستهلك : للواليدور في حماية المستهلك على مستوى إقليم الولاية لفرض تطبيق السياسةالوطنية في مجال قمع الغش وحماية الجودة المستهلك، وعلى هذا الأساسيصبح الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤول على ضمان صحة وسلامةالمستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الاجراءاتالوقائية التي تؤدي الى درء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتوج مؤقتا أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخصة بصفة أو مؤقتة على رأي أو باقتراح من المصالح الولائيةالمختصة.

4- رئيس البلدية في حماية المستهلك :منحت لرئيس المجلس الشعبي البلدي صلاحية اتخاذالاحتياطات والتدابير الضرورية لمكافحة الأمراض المعدية والوقاية منها، وكذا السهر على النظافة للمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع وعلى احترام المقاييس والتعليمات في مجال التعمير، وذلك عن طريق الضبطية الإدارية التي منحها القانون لرئيس البلدية لإجراء التحقيق ومراقبة نوعية المواد الغذائية والاستهلاكية المعروضة للاستهلاك، هذا ما جعل رئيس البلدية بمارس وظائفه في مجال واسع ويطبق سلطاته في مجالات غير منظمة لضمان حماية صحة المستهلك، هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة،

1- أحمد إبراهيم عبد الهادي ,مرجع سابق

5- اللجنة الوطنية لحماية المستهلك من الأخطار الغذائية :أنشئت اللجنة الوطنية المكلفةبالتنسيق ما بين القطاعات في مجال حماية صحة المستهلك من الأخطار الغذائية بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 مارس 11999، تشكيلة هذه اللجنة نصت عليها المادة 4 من نفس القرار يرأسها وزير الصحة والسكان.

مهمتها تتمثل في ترقية التنسيق والتشاور بين المؤسسات والهيئات العملية المساهمة في ضمان حماية صحة المستهلك من الأخطار الغذائية، ويمكن لهذه اللجنة أن تستعين في إطار تأدية مهمتها بلجان متخصصة، أو بهيئة أو جمعية أو خبير يتم اختيارهم حسب مؤهلاتهم.

إن إنشاء هذه اللجنة راجع لعملية مراقبة النوعية وقمع الغش التي قامت بها مصالح وزارة التجارة .

المبحث الثاني:مصالح الرقابة الاقتصادية التابعين لوزارة التجارة

مقدمة:

توجد مجموعة من الآليات تكفل توفير الحماية للمستهلك من الغش والخداع التسويقي الممارس عليه من قبل الأطراف التي تتعامل معه في إطار عملية التبادل، وهذا بما تتضمنه هذه الآليات من إجراءات تقود في النهاية إلى حصول المستهلك على التعويض المناسب والكافي في حالة وجود عيوب في تصميم ما قدم له، أو في حالة التضليل فيما يتعلق بالمعلومات الخاصة بمستوى جودة المنتجات موضوع التبادل، إلى غير ذلك من الانتهاكات التي قد يذهب المستهلك ضحية لها.

المطلب الأول: الاعوان المكلفون بالرقابة على الممارسات التجارية

1- **تعريف أعوان الممارسات التجارية** :

هم موظفين المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة يتمتعون ببعض مهام الضبط القضائي خاصة المصنفين في الصنف 14، وهم مؤهلين للمراقبة و التفتيش و البحث و معاينة المخالفات التجارية كما يعتبرون من المساعدين القضائيين اذ انهم ملزمون قبل مباشرة مهامهم بأداء اليمين أمام محكمة إقامتهم الإدارية والتي تسلم إشهاد بذلك. يوضع هذا الأخير على بطاقة التفويض بالعمل.

و يتمتع أعوان الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة بالحماية القانونية من جميع أشكال الضغط أو التهديد التي من شأنها أن تشكل عائقا في أداء مهامهم، كما يمكنهم طبقا لأحكام القانون في إطار ممارسة وظائفهم وعند الحاجة، طلب تدخل أعوان القوة العمومية الذين يتعين عليهم مد يد المساعدة عند أول طلب، كما يمكنهم اللجوء، عند الضرورة، للسلطة القضائية المختصة اقليميا المتمثلة أساسا في وكيل الجمهورية على مستوى المحكمة و/أو النائب العام على مستوى المجلس القضائي، طبقا للإجراءات السارية المفعول.

و لاعوان الممارسات التجارية رتب و تصنيفات نلخصها في الجدول التالي :

الجدول رقم :1 . 1 رتب أعوان الممارسات التجارية

الاعوان	الرتبة
قسم المفتشين	1- مفتش قسم للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية 2- رئيس مفتش رئيسي للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية 3- مفتش رئيسي للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية
قسم المحقيقين	1- رئيس محقق رئيسي للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية 2- محقق رئيسي للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية 3- محقق للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية
قسم المراقبين	– مراقب للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية

2- **مهام أعوان الممارسات التجارية و المضادة للنافسة[1]1:**

إن عملية مراقبة الممارسات التجارية والمنافية للمنافسة هو ضمان لتنفيذ التشريعات القانونية والأنظمة المتعلقة بقواعد وشروط الممارسات التجارية و إحترام المنافسة، و وضع برنامج المراقبة الخاص على أساس الأهداف المسطرة آنفا نظرا لتنوع مجالات التدخلات وذلك لتطوير التعاون ما بين القطاعات والهيئات المتدخلة في السوق قصد إضفاء فعالية في العمل الرقابي و محاربة الغش و تطهير دائم للسوق.

تتمثل المهام الاساسية لاعوان مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة في مايلي :

- وضع قواعد شفافة و نزيهة للامتثال لها من أجل معاملات تجارية عادلة ؛
- محـاربة الممارسات غير الشرعية و غير النزيهة؛
- المساهمة في الحد من إنتشار التجارة الموازية؛
- مراقبة السوق والكشف عن أي مؤشر لممارسة منافية للمنافسة، من أجل ضمان إحترام المنافسة الحرة ؛

-الحفاظ على مصالح المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين.

-إن عملية مراقبة االممارسات التجارية تهدف أساسا إلى ترسيخ الشفافية والشرعية بين المتعاملين وهذا لصالح المستهلك.

-المعاينة الميدانية لمدى إحترام المتعاملين الإقتصاديين المتدخلين في مختلف المجالات التجارية وكذا محاربة ظاهرة الغش و التهرب الضريبي.

1-قانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يوليو 2004 المتعلق القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41 بتاريخ 27 يونيو 2004، ص 3

-تطبيق الأحكام التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالممارسات التجارية، وشروط ممارسة الأنشطة التجارية والمنافسة ؛

- متابعة حالة السوق، من خلال وفرة المنتوج والأسعار المطبقة، وجمع واستغلال المعطيات الإحصائية الواردة.

2- صلاحيات أعوان الممارسات التجارية و المضادة للنافسة:

في إطار ممارسة مهامهم، يتمتع أعوان الرقابة بالصلاحيات التالية :

- حرية الدخول نهارا أو ليلا، بما في ذلك أيام العطل، إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات ومحلات الشحن والتخزين وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات ذات الاستعمال السكني التي يتم الدخول إليها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية.
- إجراء المراقبة أثناء نقل المنتوجات على مستوى الطرقات.
- فحص الوثائق و/أو سماع المتدخلين المعنيين في جميع مراحل وضع المنتوج للاستهلاك.
- فحص كل وثيقة تقنية أو إدارية أو تجارية أو مالية أو محاسبية وكذا كل وسيلة مغناطيسية أو معلوماتية في أي يد وجدت ودون أن يحتج اتجاههم بالسر المهني، والقيام بحجزها إذا كان التحقيق يتطلب ذلك مقابل وصل استلام.
- الحجز العيني او الاعتباري للمنتجات او السلع و هذا حسب طبيعة المخالفة

*** الحجز العيني :**

يقصد بالحجز العيني، كل حجز مادي للسلع و المنتوجات التي كانت موضوع المخالفات تجارية و المحددة في قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،و يكلف مرتكب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة عندما يمتلك محلات للتخزين، حيث تشمع هذه المواد بالشمع الأحمر من طرف الأعوان الذين عاينوا المخالفة،

أما في حالة ما إذا كان مرتكب المخالفة لا يمتلك محلات لتخزين المواد المحجوزة، يخول للأعوان الذين عاينوا المخالفة تحويلها الى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بحراسة المواد المحجوزة في المخازن التابعة لها، اما في حالة حجز مواد سريعة التلف أو تقتضي ذلك حالة السوق أو لظروف خاصة، يمكن للوالي المختص إقليميا بناءا على إقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر، دون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة، البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة، أو تحويلها مجانا إلى الهيئات و المؤسسات ذات الطابع

الإجتماعي و الإنسائي، و عند الإقتضاء إتلافها من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة و تحت مراقبتها وفقا للتشريع و التنظيم المعمول بهما.

*** الحجز الإعتباري :**

يقصد بالحجز الإعتباري كل حجز يتعلق بسلع و مواد لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما، و تم حجزها لمخالفة محددة و المتعلقة بالممارسات التجارية و تحدد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة أو بالرجوع إلى سعر السوق.

- طلب اقتراح غلق للمحلات التجارية المخالفة للقوانين و التنظيمات المعمول بها .
- طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص اقليميا عند الاقتضاء.
- طلب تدخل القوة العمومية عند الضرورة و في الحالات المنصوص عليها قانونا خاصة تلك المتعلقة بمعارضة المراقبة .

3- واجبات أعوان الممارسات التجارية :

تقع على عاتق أعوان الممارسات التجارية واجبات عديدة يستوجب عليهم الالتزام بها عند ممارسة مهامهم والتي تتمثل أساسا في :

- احترام السر المهني.
- تبيان الوظيفة وإظهار بطاقة التفويض بالعمل.
- الالتزام الصارم بالإجراءات القانونية للرقابة وتحرير محضر بكل إجراء يتم اتخاذه.
- احترام حقوق الدفاع للخاضعين للمراقبة.
- العمل أيام العطل وخارج أوقات العمل الرسمية عند الحاجة.
- العمل في مختلف المواسم الدينية و الإجتماعية (شهر رمضان، الأعياد الدينية، الدخول المدرسي، الموسم الصيفي...الخ).

المطلب الثاني: الأعوان المكلفون بالجودة و قمع الغش

1- تعريف أعوان قمع الغش :

يعتبر أعوان قمع الغش من الموظفين المنوط بهم قانونا بعض مهام الضبط القضائي وفقا لأحكام المادة 14 من قانون الإجراءات الجزائية، حيث تم تأهيلهم بموجب أحكام المادة 25 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. حددت مهامهم في أحكام الباب الثاني من المرسوم

التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على العمال المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، على غرار ضباط الشرطة القضائية، للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون.

كما يعتبر أعوان قمع الغش من المساعدين القضائيين، حيث تخول لهم مهمة قضائية بحثة، إذ أنهم ملزمون قبل مباشرة مهامهم بأداء اليمين أمام محكمة إقامتهم الإدارية والتي تسلم إشهاد بذلك. يوضع هذا الأخير على بطاقة التفويض بالعمل وذلك طبقا لأحكام المادة 26 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المذكور أعلاه[1].

ويتمتع أعوان قمع الغش بموجب أحكام المادة 27 من القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه، بالحماية القانونية من جميع أشكال الضغط أو التهديد التي من شأنها أن تشكل عائقا في أداء مهامهم، كما يمكنهم طبقا لأحكام المادة 28 من هذا القانون في إطار ممارسة وظائفهم وعند الحاجة، طلب تدخل أعوان القوة العمومية الذين يتعين عليهم مد يد المساعدة عند أول طلب.

كما يمكن لأعوان قمع الغش اللجوء، عند الضرورة، للسلطة القضائية المختصة اقليميا المتمثلة أساسا في وكيل الجمهورية على مستوى المحكمة و/أو النائب العام على مستوى المجلس القضائي، طبقا للإجراءات السارية المفعول.

و لاعوان الجودة و قمع الغش رتب و تصنيفات نلخصها في الجدول التالي :

الجدول رقم :1 . 1 رتب اعوان قمع الغش

الاعوان	الرتبة
قسم المفتشين	1- مفتش قسم الجودة و قمع الغش 2- رئيس مفتش رئيسي لرقابة الجودة و قمع الغش 3- مفتش رئيسي للجودة و قمع الغش
قسم المحقيقين	1- رئيس محقق رئيسي للجودة و قمع الغش 2- محقق رئيسي للجودة و قمع الغش 3- محقق الجودة و قمع الغش
قسم المراقبين	– مراقب الجودة و قمع الغش

2- مهام اعوان قمع الغش [1]:

1-قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25فبراير2009المتعلقبحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 15 بتاريخ 08مارس2009، ص 12

تتمثل المهمة الأساسية لأعوان قمع الغش في مراقبة مطابقة المنتوجات والخدمات الموجهة للمستهلك بمقابل أو مجانا وفي مختلف مراحل عملية وضعها للاستهلاك، قصد البحث ومعاينة المخالفات التي من شأنها أن تشكل خطرا على صحة وأمن المستهلك و/أو أن تلحق ضررا بمصالحه المادية واتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة لحمايته وذلك حسب الإجراءات المنصوص عليها .

3- صلاحيات اعوان الجودة و قمع الغش :

في إطار ممارسة مهامهم، يتمتع أعوان الرقابة بالصلاحيات التالية :

1- حرية الدخول نهارا أو ليلا، بما في ذلك أيام العطل، إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات ومحلات الشحن والتخزين وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات ذات الاستعمال السكنيالتي يتم الدخول إليها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية.

2- إجراء المراقبة أثناء نقل المنتوجات على مستوى الطرقات.

3- فحص الوثائق و/أو سماع المتدخلين المعنيين في جميع مراحل وضع المنتوج للاستهلاك.

4- فحص كل وثيقة تقنية أو إدارية أو تجارية أو مالية أو محاسبية وكذا كل وسيلة مغناطيسية أو معلوماتية في أي يد وجدت ودون أن يحتج اتجاههم بالسر المهني، والقيام بحجزها إذا كان التحقيق يتطلب ذلك مقابل وصل استلام؛

5- المعاينة المباشرة بالعين المجردة أو بأجهزة القياس، لكل منتوج في جميع مراحل وضعه للاستهلاك، وتكمل عند الاقتضاء، باقتطاع عينات بغرض اجراء التحاليل أو الاختبارات أو التجارب.

6- اتخاذ كل التدابير التحفظية الضرورية إزاء المنتوجات المشكوك في مطابقتها أو غير المطابقة قصد حماية صحة وسلامة المستهلك و/أو مصالحهم المادية والمتمثلة أساسا في :

6-1 رفض الدخول المؤقت أو النهائي للمنتوجات المستوردة عند الحدود.

6-2 ايداع المنتوجات.

6-3 السحب المؤقت للمنتوجات عند مختلف مراحل عملية العرض للاستهلاك؛

6-4 الحجز أو السحب النهائي للمنتوجات؛

6-5 الأمر باسترجاع المنتوجات؛

6-6 تغيير اتجاه المنتوجات؛;

6-7 إعادة توجيه المنتوجات لاستعمالها بعد التحويل؛

6-8 اتلاف المنتوجات؛

6-9 التوقيف المؤقت للنشاط و الأمر بإعادة التصدير.

4- واجبات أعوان قمع الغش

تقع على عاتق أعوان قمع الغش واجبات عديدة يستوجب عليهم الالتزام بها عند ممارسة مهامهم والتي تتمثل أساسا في[1] :

1-4 1احترام السر المهني؛

2-4 تبيان الوظيفة وإظهار التفويض بالعمل؛

3-4 الالتزام الصارم بالإجراءات القانونية للرقابة وتحرير محضر بكل إجراء يتم اتخاذه؛

4-4 احترام حقوق الدفاع للخاضعين للمراقبة؛

5-4 العمل أيام العطل وخارج أوقات العمل الرسمية عند الحاجة؛

5-5 تجدر الإشارة إلى أن أعوان الغش مؤهلون وفق أحكام المادة 49 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم للكشف عن المخالفات المتعلقة بالممارسات والأنشطة التجارية.

خاتمة الفصل :

تلعب الرقابة دورا هاما في حماية المستهلك من الأضرار الصحية الناتجة عن استعمال مواد أو أغذية فاسدة، وفحص السلع المنتجة محليا أو المستوردة، ومحاربة الاحتكار، ووضع مواصفات قياسية للإنتاج والاستيراد والتصدير و كذا في مجال الممارسات التجارية، ويمكن للرقابة أن تؤدي دورها بفعالية في حماية المستهلك من خلال قيام الأشخاص المؤهلون قانونا بالمعاينة المباشرة، أو بالفحوص البصرية، وبواسطة أجهزة المكاييل والموازين والمقاييس، وبالتدقيق في الوثائق، والاستماع إلى الأشخاص المسئولين، أو بأخذ عينات من المنتج، بالإضافة إلى زيارة الأماكن والتجهيزات ذات العلاقة بالمنتجات الموجهة للاستهلاك، وهذا في كامل أوقات العمل، لذلك تسعى الدولة جاهدة لتطوير و تاهيل الاعوان المكلفين بالرقابة و ذلك من خلال تربصات و اجراءات ندوات و تزويدهم بكافة الوسائل المادية و المعنوية لتحقيق الغاية التي وظفوا لاجلها و هي حماية المستهلك .

1-القانون 03/09 ،المرجع السابق

الفصل الثاني: مجال حماية المستهلك في ظل مراقبة المصالح الإقتصادية

مقدمة:

ما يشهده العالم حاليا من تطورات اقتصادية واجتماعية متسارعة تتمثل في ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتوجه الجاد للانفتاح الاقتصادي العالمي لتحرير التبادل التجاري السلعي والخدمي وانتقال الأموال والقوى العاملة بين جميع الدول، جعلت العالم كتلة اقتصادية واحدة تتأثر الدول بنتائجها حسب قوتها الاقتصادية وبنيتها البحثية والعلمية والتقنية التي تؤهلها للهيمنة على هذا العالم، وهذا بالطبع سيؤدي لشدة المنافسة بين المنتجات الوطنية والأجنبية سواء في السوق الوطني أو الإقليمي أو الدولي لتعزيز المقدرة التنافسية لكل بلد من ناحيتي الجودة والسعر، وستؤثر هذه المنافسة على المستهلك إيجابا وسلبا، الأمر الذي يتطلب دراسة مخاطر السوق التجاري وخاصة في المنظور الإلكتروني, وبالتالي لابد من بحث السبل اللازمة لحماية المستهلك وتأهيله بحيث يستطيع تحديد مصالحه والدفاع عن حقوقه واختيار السلع والخدمات بالسعر المناسب التي تؤمن احتياجاته وتنسجم مع رغباته وذوقه.

المبحثالأول: مجال حماية المستهلك في ظل رقابة مصالح الممارسات التجارية

المطلب الأول: حماية المستهلك قبل التعاقد

1- **حماية المستهلك في مجال شفافية الأسعار:**

وهو إلزامية الإعلام عن السعر توعية للمستهلك حتى يكون في مأمن عن أية مفاجأة في مبلغ الإنفاق الكلي للحصول على منتوج أو تقديم الخدمات المقترحة ،فالزبون يجب عليه أن يعرف فور االسعر أو الثمن الذي سوف يدفعه [1]، و حسب نص المادة 31 من القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، يكون العون الإقتصادي متلبس بإرتكاب مخالفة موصوفة بعدم الإعلام بالأسعار و التعريفات، عندما يضبط أثناء عملية المراقبة لمحله التجاري، يعرض سلع أو خدمات دون إحترام القواعد و الكيفيات المتعلقة بإعلام الأسعار و التعريفات سواءا :

- لم يقم بإعلام المستهلك بالأسعار و التعريفات للسلع و الخدمات التي يعرضها للبيع كما تنص عليه المادة 4 من القانون السالف الذكر.
- قام بإعلام المستهلك بالأسعار و التعريفات بكيفية مخالفة لأحكام المواد 5، 6 و 7 من نفس القانون و تتمثل هذه الكيفية فيمايلي :
- و يكون إعلام المستهلك بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.
- يجب أن تبين الأسعار و التعريفات بصفة مرئية و مقروءة.

[1]-Juriss Classeur fasc. 845 op. Cit ,p12

- يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن، أو بالكيل أمام المشتري، و عندما تكون هذه السلع مغلقة و معدودة أو موزونة أو مكيلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.

- يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة، المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل إقتناء سلعة أو الحصول على خدمة.

اضافة الى الاعلام بالاسعار و التعريفات يجب على المتدخل إعلام بشروط البيع و الا يكون طبقا لنص المادة 32 متلبسا بإرتكاب مخالفة موصوفة بعدم الإعلام بشروط البيع و هذا في حالات التالية :

- لا يقوم بإخبار المستهلك عند إختتام عملية البيع، بأية طريقة كانت و حسب طبيعة المنتوج، بالمعلومات النزيهة و الصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج، أو الخدمة و شروط البيع المطبقة، و كذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة وفقا لنص المادة 8.

- لم يدرج ضمن شروط البيع في علاقاته مع عون إقتصادي آخر، كيفيات الدفع، الحسوم، التخفيضات و المسترجعات.

ملاحظة : يمكن أن تتم عملية الإعلام بشروط البيع عن طريق ذكرها :

- ضمن العقد المبرم بين الأعوان الإقتصاديين على الفاتورة.

- على شكل جداول تعلق داخل المحل.

- بأية طريقة أخرى مناسبة.

وقد أخذت الحكومة الجزائرية بمبدأ حرية الأسعار ،حيث أصبح تدخل الدولة في تناقص و ذلك بدخولها لاقتصاد السوق و من ثمة اعتمد على نظام حرية الأسعار ،وعليه يقوم المهنيون بتحديد وبكل حرية أسعار المنتوجات والخدمات التي يعرضونها على المستهلكين ،فدورهم في تحديد الأسعار رئيسي ، و مع ذلك تبقى الدولة تمارس بعض الأدوار في ميدان تحديد الأسعار[1]،و أن تقيد هذه المبادئ العامة بتحديد أسعار بعض السلع والخدمات الخاصة التي تعتبرها الدولة ذات الطابع الاستراتيجي بموجب مرسوم بعد استشارة مجلس المنافسة،و نذكر من هذهالسلع والخدمات : الزيت الغذائي، السكر الابيض، الفرينة و السميد، الاسمنت،الحليبالمبستر،الغازالكهرباء،نقلالمسافرين و غاز البوتان و وقود السيارات.

وأخيرا على المهني أن يحترم السعر المصرح به ،فمجرد قبول المستهلك السعر، فعلى المهني أن يسلم له المنتوج أو يقدم له الخدمة المطلوبة منه بالسعر المصرح به،وعليه عندئذ أن لايمتنع عن بيع سلعة أو أداء خدمة لمستهلك بدون مبرر شرعي المادة 58 منالأمررقم(95/06

[1]- Jean Clais-Auloy et Frank Steinmetz , op.cit , p 279

فالشخص الذي يبيع المنتوج أو يقدم الخدمة عليه بالضرورة في نهاية العقد أن يعلم المتعاقد الآخر على المواصفات الأساسية لهذا المنتوج لهذه الخدمة. و مثال على ذلك ما حصل بين شركة أردينياس للدهن و السيدبونين، BoNNINو تدور وقائع القضية حول ضرورة إعلام المستهلك بطريقة استعمال المنتوج. ذلك أن السيدبونين (مهندسفيالبناء) اشترى من شركة أردينياس للدهن دهان SAPINOX سابينوكس من أجل حوضه،و عند قيام السيد ديفرناي DUVERNEY عامل لدى السيدبونين باستعمال هذا المنتوج بتاريخ 06/01/1955 بواسطة مسدس كهربائي خاص بالدهن، انطلقت شرارة منه، مما أدى إلى انفجار حيث أصيب العامل بحروق خطيرة في البدن و دمر جزء منا لحوض. فقام السيد بونين بمقاضاة الشركة، نتيجة الأضرار اللاحقة بعامله و حوضه. ذلك أن محكمة النقض أقرت أن السيد بونين عندما طلب من وكيل شركة أردينياس طريقة استعمال الدهن عن طريق رسالة بتاريخ 4 نوفمبر 1954 لم ينبهه هذا الوكيل إلى المخاطر الناتجة عن استعمال هذا الدهان ،ذلك أن احتكاك المنتوج أو السائل مع الشرارة سيؤدي إلىالالتهاب. ورغم أن بونين مهندس ذو مؤهلات مهنية ،فإنه على شركة أردبناس للدهن إعلامه بخطورة استعمال منتوجاتها.[1]

إضافة إلى إلزامية إعلام الأسعار فقد نص المشرع على إلزامية الفوترة ونقصد بالفاتورة تلك الوثيقة التي تحدد نهائيا السعر من خلال العدد المجهز ،و هي اختيارية بالنسبة للمنتوجات المباعة للمستهلكين، فالبائعون عامة يقدمون تذكرة الصندوق التي تحدد السعر لمختلف المشتريات لكل زبون ،وبالمقابل هي إلزامية بالنسبة للخدمات المقدمة لهم.[2]

2- حماية المستهلك من الغش التجاري والممارسات غير الشرعية:

"الغش كل فعل عمدي ايجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة ,يكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع أو في أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها بشرط عدم علم المتعامل الأخر به."

فالغش التجاري نقصد به الغش المتعلق فقط بالبيع والخدمات المسموحة للانتاج والتداول والاستهلاك عرفا وقانونا .[3]

و للغش التجاري طرق تتمثل في : الخداع (أولا) , التزييف (ثانيا), التداول التجاري (ثالثا)

أولا: الغش عن طريق الخداع:

هو الوسائل الاحتيالية التي يستعملها الشخص ليوقع غيره في الخطأ, فالخداع المكون للغش أمر مادي لا يكفي فيه الكتمان أو تأكيد الكذب بل يجب أن تتحقق فيه ممارسات تقع على الشيء نفسه ليحدث

[1].Juriss Classeur « Concurrence et consommation » fascicule 850 , op. Cit ,p6

[2] Jean Clais-Auloy et Frank Steinmetz ,op. Cit , p 299

[3]فضيلة عابد , " التجربة السورية في مكافحة الغش التجاري, الندوة العلمية لظاهرة الغش و التقليد التجاري على هامش الملتقى الثاني للاتحاد العربي للمستهلك, صنعاء بسنة ,2000 ص113,

الخطأ المطلوب بالتأثير على فكر الشخصا لمشتري من خلال اظهار الشئ بغير حقيقته عن غير طريق يؤدي الى التباسه بغيره، و دون ان يصل الأمر الى التزييف, بحيث تقتصر الأفعال على أعمال خارجية تمارس على الشيء دون أن تلحق أي تغيير بطبيعته أو بجوهره . و يمكن حصر محاولات الخداع التي تعتبر غشا في عدة أنواع تتمثل[1]في/:

- **الخداع في طبيعة السلعة:**

هو أقدم أنواع الغش و أوضحه، يقع على المادة نفسها بكل عناصرها ومكوناتها .يكون هناك خداع بشأن طبيعة الشئ أو ذاتيته، أو حقيقته اذا كان هناك تغيير جسيم في خصائص الشيء محل الخداع و خصائصه في الواقع, بحيث اما يفقده طبيعته, أو اما يجعله غير صالح للاستعمال الذي اعد من اجله, اذ يعتبر في الحقيقة قد تحول الى شيء ذي طبيعة أخرى .و من الخداع بشأن طبيعة المنتوجات, وصف مدفأة بأنها تتكون في بعض أجزائها من البرونز , مع أن الأمر يتعلق بمعدن يقل كثيرا عن البرونز, أو وصف قماش بأنه من الحرير مع أنه ليس كذلك.

- **الخداع في مكونات البضاعة :**

هو شكل جديد من الغش ناتج عن الصناعة بشكل عام والغذائية منها على الخصوص, فتركيب البضاعة هو مزيج من عناصر مختلفة بنسب محددة و معينة ,كأنواع الصابون و الخل و المشروباتالغازية والدقيق و الخبز و غير ذلك من البضائع التي حددت المواد الداخلة في تركيبها ونسبها بالنصوص القانونية و التنظيمية, وكالحلويات التقليدية , و غير ذلك من المواد التي حددت الأعراف المهنية و التجارية المواد الداخلة فيه و نسبه, وكالمواد التي لم تحدد تراكيبها بالنص أو العرف, و انما ابتكرت تراكيبها من طرف صناعها أو منتجيها الذين يعمدون الى الاشارة الى المواد الداخلة في التركيب على العلب و الأواني واللفافات التي تحتوي عليها.

و من أمثلة ذلك قيام تاجر بيع أثاث على أنه مصنوع من خشب الجوز بالكامل مع أن الاثاث مصنوع في حقيقة الآمر من خشب أقل جودة بكثير, ولكنه مغطى برقائق خارجية من خشب الجوز.

- **الخداع في الخصائص الجوهرية للبضاعة :**

الخصائص الجوهرية هي تلك الخصائص الرئيسية التي يتضمنها الشيء و التي تقوم عليها القيمة الحقيقية للبضاعة ،من وجهة نظر المتعاقد،أي وضعها في اعتباره عند التعاقد، و ما كان ليتعاقد عند تخلفها أو كان يتعاقد ولكن وفقا لشروط مختلفة فلا يلزم أن تكون هي السبب الأساسي أو الوحيد للتعاقد، فيكفي أن تكون أحد الأسباب الدافعة اليه . [2]

---

[1]سعيد بريطل, "الغش التجاري و تأثيره على المستهلك المغربي" , الندوة العلمية لظاهرة الغش و التقليد التجاري على هامش الملتقى الثاني للاتحاد العربي للمستهلك , صفاء ,2000 ص.

3 –سرى صيام، أحمد الطيب، أيسر فؤاد، الحماية التشريعية للمستهلك فى مصر، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 1999

فيعتبر خداعا الزعم بأن الدواجن محل البيع يتم تغذيتها بالحبوب و الغلال فقطمع أن غذائها الأساسي هو المواد الصناعية ،ولدينا كذلك بيع سيارة مستعملة على أنها جديدة أو اخفاء حادث وقع لها

الخداع في نوع البضاعة:

النوع هو عن طريقه يمكن تمييز بضاعة عن غير مثيلتها، فالزيوت أنواع متعددة، زيت بذرة القطن، زيت الزيتون ،زيت النخيل، و غير ذلك، فالمنتوجات قد تتماثل من حيث المظهر و الشكل و لكنها تختلف فيما بينها بحسب النوع أو الصنف مما يترتب عليه تغيير قيمتها في نظر المتعاقدين.

- **الخداع في كمية البضاعة:**

الكمية كما تنصرف الي السعة و الكيل و الطول ،تنصرف الى العدد و الحجم و كل ما يفيد التحديد ،فقد تتم صناعة الأشياء أو تعبئتها بناءا على طلب الزبون التي يحدد الكمية المطلوبة ويتفق عليها، مما يمنع على البائع أن يغشه في الكمية المتفق عليها، ويسلمه كمية ناقصة كما لو كانت كاملة. [1]

وقد لا يكون هناك زبون محدد مسبقا، فتصنع البضاعة و تتم تعبئتها من أجل البيع، ففي هذه الحالة نكون بصدد فرضيتان:

أ- مواد حددت الكميات الواجبة في صناعتها بموجب نصوص كالخبز مثلا المحدد وزنه بمرسوم ،حيث يشكل انقاص الوزن غشا.

ب- البضائع غير محددة الكميات، ولكن تتم تعبئتها مسبقا و يشار الى الكمية المعبئة في الغلاف، وفي هذه الحالة كلما نقص الوزن عن الكمية المصرح بها يعتبر خداع.

و الغش عن طريق الخداع في الكمية قد تستعمل فيه أدوات كيل أو سعة أو طول مغشوشة ،أو غير مضبوطة قبل أو أثناء عملية البيع.

من تطبيقات القضاء للخداع في هذا الخصوص، أن يزعم التاجر أن عبوة المواد الغذائية تكفي ثلاثة أو أربعة أشخاص مع أنها لا تكفي شخصا واحدا و يراعى أن الخداع في المصدر هو أيضا خداع في النوع، كما لو أعلن على بيع سجاد أوروبي على أنه فارسي،أو حرير هندي علىأنه فرنسي.،أو أن أجهزة الراديو مستوردة من ألمانيا مع أن المستورد كان الهيكل المعدني فقط، أو الاشارة في الاعلان الى أن النظارات صناعة هولندية مع أنها صناعة ايطالية.[2]

- **الخداع في هوية البضاعة :**

[1]الخداع في مصدر البضاعة : يحدد المصدر جغرافيا ، اما بمكان الانتاج أو مكان الاستخراج اذا تعلق الأمر بمنتوجات طبيعية أو صناعية ، أو على الأنساب بالنسبة للحيوانات، أو العصر الذي صنعت فيه كما هو الحال بالنسبة للأثاث . ،

-1 إسماعيل السيد، مفهوم المخاطر المدركة ووسائل مواجهتها بواسطة المستهلك دراسة تطبيقية على بعض السلع المنزلية المعمرة بمحافظة الإسكندرية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الإسكندرية، العدد الأول، المجلد التاسع والعشرون، مصر، مارس 1992م .

ونعني بذلك تسليم بضاعة غير البضاعة المتفق عليها أثناء إبرام العقد، كأن يسلم تاجر الخيول جوادا انجليزيا عوض الجواد العربي المتفق عليه، أو تاجر الأثاث الذي يسلم خزانة غير التي اختارها الزبون و أدى ثمنها، أو تاجر السيارات الذي يسلم سيارة غير المتفق عليها.

ثانيا : الغش عن طريق التزييف

التزييف هو تغيير الحقيقة بوجه عام، لأن التزييف هو الأعمال المادية التي تباشر على البضاعة بقصد تغييرها[1]،فنجد هناك مواد حددت مكوناتها وخصائصها بموجب نص قانوني، وأخري محددة بموجب أعراف تجارية و المهنية، و من ثمة أي تغيير يلحق بالبضاعة خلافا لما هو يصرح به يكون تزييفا لها، و يمكننا تلخيص التزييف فيمايلي:

1- التزييف عن طريق الخلط.
2- التزييف عن طريق النزع.
3- التزييف عن طريق الصنع.

***- التزييف عن طريق الخلط:**

و يقصد به خلط البضائع بمواد غريبة عنها ،أو بخلط بضائع منجودة عالية بأخرى أقل جودة أو غير ذات جودة ،كخلط الذهب بالنحاس بنسبة مرتفعة، والسمن بالمرقارين ،أو الصوف بالقطن، و الشاي الأخضر بأوراق نبات غريبة، الهدف من ذلك هو ربح فارق الثمن ،دون الأخذ بعين الاعتبار النتائج التي قد تترتب عن غشهم فتضر بصحة المستهلكين و أموالهم.

كالذي حدث في أواخر الخمسينات نتيجة خلط بعض التجار زيوت نباتية بزيوت معدنية مستعملة، ونتج أن أصيب كل من استهلك الزيوت (المغشوشة) المسمومة بنوع رهيب من الشلل في الأطراف العليا و السفلى، فكانت كارثة الزيوت المسمومة التي أصيب بها المغرب ككل و ذهب ضحيتها الآلاف من المغاربة، منهم من لايزال يعاني من هذا الشلل الى الآن رغم مضي أكثر من سبعة و عشرون سنة عن إصابته دون أن ينفع فيه علاج .

و الجذير بالذكر أن هناك من الخلط ما هو مرخص به بمقتضى العرف التجاري أو المهني أو النصوص، و لا يشكل القيام به غشا عن طري التزييف اذا مورس بشروط، كالبن الذي يرخص قانونا خلطه بالحمص بنسبة محددة شريطة أن يعرف المستهلك بأنها (قهوة مخلوطة) مع توضح نسبة الخلط.

***- التزييف عن طريق النزع :**

- [1] 2سعيد بريطل ، المرجع السابق ، ص . 11

هو نوع من الغش يؤدي الى ايجاد مادة ناقصة الجودة لا تتوفر فيها خصائص المادة الأصلية الجوهرية وتركيبها و محتواها من العناصر المفيدة، و قد ينصب النزع على الجزء الأكثر قيمة بمقتضى نص تنظيمي، فهو يعد عملا مشروعا غير معاقب عليه، كنزع مادة الكافيين عن البن ،والذي يباع تحت اسم (بن لا يحتوي على كافيين) .[1]

و هذا النوع من التزييف يصعب كشفه، اذ بامكان الشركات الكبرى أن تقوم بنزع المادة المفيدة دون تغيير المظهر الخارجي للمادة أو ألوانها لما تتمتع من مختبرات مجهزة وتقنيات هائلة.

***- التزييف عن طريق الصنع :**

من المتفق عليه أن جميع البضائع، ماهيتها وتركيبها و خصائصها الجوهرية و محتواها من العناصر المفيدة محددة هويتها الكاملة بالنص أو العرف التجاري أو المهني، أو بالإبتكار المرخص به و المسجل تحت اسم أو علامة تجارية[2]، الا أننا، نجد بعض المنحرفون يتجهون الى صناعة بضاعة تأخذ شكل البضاعة الأصلية دون محتواها كما لو تم صنع حليب من صباغة بيضاء و ماء، حيث يتوفر للمادة شكل حليب و مظهره دون جوهره المحدد بالنص أو العرف.

ثالثا : الغش عن طريق التداول التجاري

لا ينحصر الغش التجاري على الخداع أو التزييف في المواد المعدة للبيع بل حتى الأعمال التجارية المختلفة التي تقع عليها، اضافة الى الأعمال التجارية التي تقع على المواد الإستهلاكية الفاسدة أو السامة أو التي تقع على المواد المستعملة في المداواة المزيفة أو الفاسدة أو التي انتهى أجل صلاحيتها.

والاستيراد و الصنع و العرض أهم وسائل التداول التجاري والتي طالها الغش و الذي يمكن تحليله من خلال سرد هذه العمليات كالتالي:

- **الاستيراد:**يعد الاستيراد عملا مشروعا، و لكنه قد ينصب على مواد استهلاكية مزيفة أو فاسدة أو سامة أو انتهت مدة صلاحيتها، فيصبح غشا تجاريا، يكون التغيير اما بفعل المستورد أو البائع أو غير هما من التجار ،أو بفعل الطبيعة . فالأمر يتعلق بتعاقد دولي يحصل المستورد قبله على شهادات تحليلية أو مطابقة قد لا تفيد بأي تزييف أو فساد أو تسمم، ورغم ذلك قد تكون الشهادات نفسها لا تطابق حقيقة البضاعة[3]، فمن واجب المستورد عندئذ كشف و ابراز هذا التغيير.

– [1]سعيد بريطل ، المرجع السابق،ص . 13

2 – [2]سعيد بريطل ، المرجع السابق،ص13

[3]سعيد بريطل ،المرجع السابقص . 15

- **الصنع**:نقصد بالصنع هنا ليس إدخال التغيير على بضاعة أصلية و انما هو انتاج مادة مزيفة (بأيوسيلة) ،أو فاسدة أو سامة أصلا بشكل مغاير لما يجب أن تكون عليه، حيث أن الصانع هنا يشترط فيه علمه بالمادة التي صنعها.[1]
- **العرض:** مدلول فعل العرض إذا تعلق الأمر بالميدان التجاري هو العرض من أجل البيع، والا فان ذلك لن يستجيب لهدف حماية المستهلك من حيث أن الذي يعرض مادة على الجمهور في مكان تجاري، أو بطريقة تفيد ايجابا حسب المفهوم العام، لا يمكن أن يقال أن يعرضها فقط لإطلاع الناس عليها و الاعجاب بشكلها، و من ثم فإن عرض البضائع في الأماكن العمومية تفترض أن الهدف هو البيع في النهاية.[2]فالعرض يتطلب وجود بعض التصرفات التي من شأنها وضع المواد تحت نظر المشتري سواء بإبرازها أو بإظهارها، أو بتقديمها، أو بالإعلان عنها بشتى الوسائل الى غير ذلك من الأعمال.
- **ممارسة أسعار غير شرعية :**

و طبقا لنص المادة 22 يكون العون الإقتصادي مرتكبا مخالفة موصوفة بممارسة أسعار غير شرعية عندما :

- يقوم ببيع سلع أو تأدية خدمات تخضع لنظام الأسعار المقننة دون إحترام التشريع المعمول به (المادة 22).

- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع و الخدمات الخاضعة لنظام الأسعار المقننة (المادة 23).

- القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار بإضافة تكاليف وهمية و غير حقيقية في تحديد سعر التكلفة (المادة 23).

3- حماية المستهلك من الممارسات التدليسية

إن المستهلك قد يحتاج إلى سلعة أو خدمة معينة، فلا يستطيع الحصول عليها، إما لندرتها أو لقلة جودتها، وذلك بسبب إخفاء بعض الموزعين و المنتجين للسلعة، مما يؤدي إلى عدم واقعية الأثمان، والتأثير على القدرة في الإختيار، وإحداث ظروف استثنائية تنعكس على مصالح المستهلكين، وهو ما يعرف بالّإحتكار، هذا الأخير هو محل حظر من طرف المشرع في إطار قانونا لممارسات التجارية، لذلك سوف نتناوله وإلى شروطه و الهدف من حظره.

4- حماية المستهلك من الممارسات التجارية التدليسية :

يكون العون الإقتصادي مرتكبا مخالفة موصوفة بممارسات تجارية تدليسية عندما يقوم بـ:

√ دفع أو إستلام فوارق مخفية للقيمة.

تتم معاينة مخالفة دفع و استلام فوارق مخفية عن طريق :

[1] سعيد برطل،المرجع السابقص 15

[2] سعيد بريطل، المرجع السابق،ص 15

أ- المعاينة المباشرة : في هذه الحالة يشاهد عون الرقابة عملية دفع أو استلام الفوارق المخفية، يكون فيها العون الإقتصادي في حالة تلبس "الجرم المشهود"(flagrant délit) .

ب- فحص الوثائق : في هذه الحالة يتم الكشف عن هذه المخالفة بعد تلقي شكاوي من أعوان إقتصاديين آخرين ضحايا هذه الممارسة التجارية التدليسية، حيث يقوم عون الرقابة بمقارنة المبالغ الإجمالية المدونة على الفواتير مع المبالغ الإجمالية الخاصة بالبائع.

√ تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة.

تعتبر فاتورة وهمية كل فاتورة حررت من طرف عون إقتصادي لفائدة عون إقتصادي آخر وهمي "لا وجود له ضمن قائمة المتعاملين الإقتصاديين المسجلين في السجل التجاري".

تعتبر فاتورة مزيفة كل فاتورة تم تحريرها من طرف عون إقتصادي لفائدة عون إقتصادي آخر تحتوي على معلومات مزيفة تتعلق بـ :

- سعر الوحدة، - الكمية المباعة، - طريقة الدفع

ملاحظة : يلجأ العون الإقتصادي إلى هذه التصرفات (ممارسات تجارية تدليسية) قصد التهرب الجبائي.

- إتلاف و إخفاء أو تزوير الوثائق التجارية و المحاسبية، قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية (المادة 24).

- حيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية.

- حيازة مخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الإرتفاع غير المبرر للأسعار.

- حيازة مخزون من المنتوجات خارج موضوع تجارته الشرعية قصد بيعه (المادة 25).

5- حماية المستهلك من الممارسات التجاريةالغير النزيهة :

يقصد بالمعاملات التجارية غير النزيهة تلك الممارسات التي تكون مخالفة للأعراف التجارية النظيفة و النزيهة و التي من خلالها يتعدى عون إقتصادي على مصالح عون إقتصادي منافس أو عدة أعوان إقتصاديين آخرين منافسين.

و بالتالي يكون العون الإقتصادي مرتكبا لمخالفة موصوفة بممارسات تجارية غير نزيهة[11] عندما يقوم بـ :

- تشويه سمعة عون إقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصيته أو بمنتوجاته.

- تقليد العلامات المميزة لعون إقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك.

- إستغلال مهارة تقنية أو تجارة دون ترخيص من صاحبها.

- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون إقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.

[1]-القانون 02/04، المرجع سابقا

- الإستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم.

- إحداث خلل في تنظيم عون إقتصادي منافس و تحويل زبائنه بإستعمال طرق غير نزيهة مثل :

* تبديد أو تخريب الوسائل الإشهارية للمنافس

* إختلاس البطاقيات أو الطلبيات التابعة للمنافس.

* السمسرة غير القانونية على المنافس.

* إحداث إضطراب بشبكة البيع للمنافس.

- الإخلال بتنظيم السوق بإحداث إضطرابات فيها بمخالفة القوانين و التشريعات، خاصة تلك المتعلقة بإقامة و ممارسة نشاط تجاري.

- إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل عون إقتصادي منافس بهدف إستغلال شهرته خارج الأعراف و الممارسات التنافسية المعمول بها.

- الإشهار غير الشرعي و التضليلي لا سيما عندما :

* يتضمن تصريحات أو بيانات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتوج أو خدمة، كميته، وفرته أو مميزاته.

* يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الإلتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه.

* يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الإقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع، أو لا يمكن ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

المطلب الثاني: حماية المستهلك بعد التعاقد

نظرا للمركز الأقوى الذي يتحلى به المهني بالنسبة للمستهلك، فقد يعمد إلى استعمال هذه القوة بشكل تعسفي في علاقاته مع هذا الأخير، سواء في عقود البيع أو أداء الخدمة، فقد يقتني المستهلك منتوجا أو يطلب خدمة معينة ولا يحصل على فاتورة مقابل ذلك، لذلك أوجب المشرع على المهني التعامل بالفاتورة مع المستهلك في حالة طلبها، كما قد يظطر المستهلك إلى قبول التعاقد بشروط تعسفية وحماية له منع المشرع التعامل مع المستهلك بشروط تعسفية.

1- وجوب التعامل مع المستهلك بالفاتورة في حالة طلبها

تعتبر الفاتورة الوثيقة الأكثر شيوعا في نشاطات الأعمال اليومية، و أهميتها واضحة في مجال القانون التجاري، إذ تتمخض على تحريرها التزامات على الطرفين. و منذ صدور الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى، اعتبر المشرع الالتزام بتحرير الفاتورة وسيلة من وسائل شفافية الممارسات التجارية، وذلك بمقتضى المادة 56 منه. ونظرا لأن المستهلك قد يقدم على اقتناء حاجاته عن طريق الشراء أو طلب الخدمات، فإنه يكون من حقه تسليمه الفاتورة، وهذا ما أقره القانون، وبهذا فإن الفاتورة تكتسي

أهمية بالنسبة للمستهلك،ومن شأن حرمانه من هذا الحق التأثير على مصلحته، ولهذا سوف ندرس ماهية الفاتورة ، أهميتها و مدى إلزامية التعامل بها.

أولا: مفهوم الفاتورة

بالرجوع إلى نص المادة 03/10 من القانون 04/02 نلاحظ أنها قد تضمنت الالتزام بتسليم الفاتورة عند التعامل مع المستهلك، حيث نصت على أنه" يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر المعاملة، ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون "،كما نصت المادة 2/2 من المرسوم التنفيذي 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 على: "يجب على البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه."

ما يلاحظ أن المشرع لم يعرف الفاتورة في كلا النصين، و إنما اكتفى بالنص على الالتزام بتحريرها.

1- تعريف الفاتورة:

هي وثيقة مكتوبة محررة بمناسبة إبرام عملية بيع أو خدمة حيث تجسد هذه العملية التجارية محددة الشروط الخاصة بها.[1]

كما تعرف بأنها ورقة مكتوبة تتضمن جملة من البيانات، تتمثل أساسا في سعر المنتوج.

وهناك من يعتبرها وثيقة بموجبها يحدد البائع المشتري في بيع السلع بالتجزئة، شروط التسليم و تنظيم الأسعار[2]

وتجدر الملاحظة هنا إلى أن المادة الثالثة من القانون 04-02 اعتبرت الفاتورة شكل من أشكال التي تحرر بها العقود في إطار الممارسات التجارية، حيث نصت في الشطر الرابع من الفقرة الثانية منها على أنه "يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة.".

ثانيا: مجال تطبيقها

إن مجال التعامل بالفاتورة من حيث النشاط هو العمليات المتعلقة بالعقود ،الاتفاقات الاتفاقات، المفاوضات أو كل الأنشطة المتعلقة بتنفيذ نشاطات الإنتاج أو توزيع المنتوجات، والخدمات، أما من حيث الأشخاص، فالمجال مفتوح أمام جميع الأعوان الاقتصاديين، وهذا مايستخلص من نص المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 95-305 [3] ، الذي يحدد كيفيات تحرير الفاتورة، حيث نصت على أنه "تطبق أحكام هذا المرسوم على كل الأعوان الاقتصاديين، وعلى جميع الأنشطة"،و قد تم إلغاء هذا المرسوم بموجب المادة 20 من المرسوم التنفيذي .05-468 وتجدر الملاحظة أن المادة 10/3 من القانون 02-04ا لتي تخص التعامل بالفاتورة مع المستهلك قد ذكرت نشاطات البيع دون أداء الخدمة،

[1] – Roget Bout /Cat Prieto/ Gérard Cas- L'information sur les prix et les conditions de vente- Lamy droit économique- concurrence- distributi n consommation- l'an 2000 p512.

[2] نجية لطاش مبدأ الشفافية في قانون المنافسة بالجزائر،مذكرة ماجستير في قانون الأعمال كلية الحقوق، بن عكنون .2004 ص 43

[3] – في 1995/10/08المسوم التنفيذي رقم 95 - 305 مؤرخ في 07/10/1995 يحدد كيفيات تحرير الفاتورة ج ر عدد 58 صادرة

وذلك يستنتج من نصها على أنه" يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق" ...،وكذلك الأمر بالنسبة الخدمة، وهذا سهو من المشرع في تحديد مجال التعامل بالفاتورة مع المستهلك، بدليل للمادة الثانية من المرسوم التنفيذي 05-486 في فقرتها الثانية، والتي ذكرت البيع دون أداء، الخدمة، وهذا سهو من المشرع في تحديد مجال التعامل بالفاتور ةمع المستهلك، بدليل أن القانون01-99[1]، المؤرخفي 16/01/1999المتعلق بالفندقة على سبيل المثال،

قد فرض على الزبون المستهلك تسديد الفاتورات، حيث نصت المادة36منه على أنه "يلتزم الزبون بتسديد الفاتورات مقابل الخدمات التي قدمتها المؤسسة الفندقية"، وهذا دليل قاطع على أن مجال التعامل بالفاتورة مع المستهلك يخص كذلك قطاع الخدمات. و عليه يمكن القول بأن مجال الالتزام بالفوترة واسع جدا،باعتبارأنهلابدأنيجسد في كلعلاقة شراءالمنتوجأوأداءخدمة،يلتزمالبائع بتسليمها إذاطلبهاالمشتري(1)

ثالثا: مدى إلزامية التعامل بالفاتورة:

تعتبر الفاتورة وسيلة لمحاربة المخالفات الجبائية، وخاصة بعد تقويم الرسم على القيمة المضافة،و تمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من ضمان حق الخزينة من الضرائب المفروضة علىالأعوان الاقتصاديين[2].

إن الفاتورة لا تعتبر فقط وسيلة محاسبية، بل تعتبر كذلك وسيلة إثبات في العلاقات بين الطرفين ،وهذا ماأقره القانون التجاري في المادة 30 منه. بالنسبة للمستهلك الذي يتعامل بهذه الوثيقة ،فإنهاتكونوسيلة احتجاج بدفع الثمن المحدد في الفاتورة، وهنا نكون بصدد تطبيقالمادة 323 منالقانون المدني التي تضع عبء الإثبات على الطرف الذي طالب بتنفيذ الالتزام.

إن المشرع قد فصل في مسألة تقديم الفاتورة للمستهلك ، حيث يجعله إختياريا إلا في حالة طلبها من هذا الأخير حيث يصبح تفقديمها إلزاميا،وهذا ما نصعليه أيضا المرسوم التنفيذي رقم 05-468،و هذا في المادة 2/2 منه كما يلي: "يجب على البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه". وهذا يعني أن البائع يقوم بتحرير الفاتورة وإعدادها، وي كون مخيرا من جهة فله تسليمها ، أو عدم تسليمها للمستهلك في حالة عدم طلبها و يكون مجبرا من جهة أخرى في خالة طلبها من هذا الأخير.

2- **منع التعامل بشروط تعسفية مع المستهلك**

إن النموذج التقليدي في التعاقد هو أن يتم إجراؤه بحرية النقاش و المساومة، وتقتضي هذهالأخيرة أن يناقش كل من طرفي العقد الطرف الآخر لقبول التعاقد بأحسن الشروط، وكذا أن تكون إرادتهما متساويتين،إلا أنهناك نوعا من العقود، يشذ عن هذه القاعدة، إذ تنعدم فيها المساومة والنقاش، حيث يضع أحد المتعاقدين شروطا مسبقة، ولا يكون أمام الطرف الآخر إلا قبولها أو رفضها كاملة، وهذا

- [1]أان المرسوم التنفيذي رقم 305-95 ينص على وجوب ذآر هذه البيانات بالنسبة للمنتج أو الموزع أو مقدم الخدمة.

[2]– Wiffrid- Jean Didier- Droit pénal des affaires- Dalloz – 3ème édition 1998 p 422.

ما يسمى بعقود الإذعان، ولأجل حماية الطرف الضعيف،تدخل المشرع في إطار القانون 04-02 بوضع أحكام تمنع التعاقد المتضمن الشروط التعسفية و ذلك من خلال المادة 29 منه.

أولا: مفهوم الشرط التعسفي

تعني كلمة تعسف لغة "الاستخدام السيئ"، وفي الاصطلاح القانوني "الاستخدام الفاحش لميزة قانونية." يرى الفقه بأنه يعتبر تعسفيا" الشرط المحرر مسبقا من جانب الطرف الأكثر قوة، ويمنح لهذا الأخير ميزة فاحشة عن الطرف الآخر" ،ويمكن أن يعتبر تعسفيا تطبيقا لذلك شروط الإعفاء من المسؤولية أوالمحددة لها، وكذا الشروط الجزائية، أو أنه في العقد المبرم بين مستهلك و مهني، و المحرر مسبقا من طرف هذا الأخير، يعتبر الشرط تعسفيا عندما يؤدي إلى عدم التوازن في حقوق والتزامات الأطراف ،بالنظر للميزة القاصرة على المهني.

أما المشرع الجزائري، فإنه وفي إطار القواعد العامة، قد أضفى حماية على الطرف الضعيف في عقود الإذعان، ومنح القاضي سلطة التدخل لتعديل الشروط التعسفية، أو إعفاء الطرف المذعن منها، وذلك في نص المادة 110 من القانون المدني،إلا أنه لم يأت على تعريف الشرط التعسفي ،بينما إذا رجعنا إلى القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،أنه قد ذكر فقط شرط عدم الضمان،الذي اعتبره شرطا لاغيا في المادة 13 منه حيث نصت على حق المستهلك في الضمان ورتبت البطلان على الشرط المخالف لذلك وبمقتضى المادة الثالثة من قانون الممارسات التجارية،فإنه قد جاء بهذا التعريف في الفقرة الخامسة منها بنصها على أنه كل بند أو شرط بمفرده او مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى، من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق و واجبات أطراف العقد."

ثانيا: معيار التعسف

بالرجوع إلى التعريف القانوني الذي تضمنته المادة الثالثة سالفة الذكر، نلاحظ أن المشرع قد اعتمد على معيار واحد للتعسف، وهو الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق و واجبات الطرفين، ،وأصبحت الشروط التعسفية هي تلك التي تهدف إلى خلق عدم التوازن الظاهر بين حقوق وواجبات الطرفين في العقد[1].

وعليه يمكن القول أنه لمعرفة التعسف ،نرجع إلى البحث عن عدم وجود توازن في العقد المبرم بين المهني والمستهلك، والناتج عن ضعف هذا الأخير أمام المهني القوي، الذي يفرض عليه شروط بما يملكه من نفوذ وتفوق في القدرة التقنية، وباستغلاله لحاجة المستهلك للسلعة أو الخدمة، و إزاء كل ذلك،فلا يكون أمامه إلا القبول أو الرفض الكامل للتعاقد، دون إمكانية المناقشة، فينعدم اختياره، وينتج عن هذا الخضوع عدم تعادل في ميزان حقوق و التزامات الطرفين.

ثالثا: مجال تطبيقه

[1] (1) – Jérôme Huet- Eléments de réflexion sur le droit de la consommation- petites affiches du 08/11/2001 N° 223 p 11.

إن تحديد مفهوم الشرط التعسفي يقتضي أيضا تحديد مجال تطبيقه، فهل أن منع الشروطالتعسفية يسري فقط على عقود الإذعان،أم تمتد إلى باقي العقود الأخرى؟ من ناحية طبيعة العقد،فإنالمادة 29 من القانون 02-04 نصت على أنه "تعتبر بنودا وشروطا تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع"، وعليه يمكن القول أن المشرع قد قصد عقود البيع المبرمة بين المستهلك والبائع، يعني أنه استبعد العقود المبرمة بين المهنيين، وفي هذا حماية واضحة للمستهلك.

من قانون الاستهلاك على كل العقود ،سواء كانت بيعا، إيجارا ،تأمينا، قرضا...الخ، وأيا كان محلها عقارا أو منقولا، بل وأكثر من ذلك، فإنه لم يشترط شكلا معينا للعقد، حيث يمكن أن تكون طلبات بضاعة،فواتير،تذاكروعليه فهذا التحديد من طرف المشرعالجزائري، يقصر من حماية المستهلك، باعتبار أن هذا الأخير قد يبرم مع المهني عقودا بكل أشكالها،وليسعقود بيع فقط.

المبحث الثاني: مجال حماية المستهلك في ظل رقابة مصالح الجودة وقمع الغش

المطلب الأول: الإلتزامات المفروضة على المتدخل والإلتزام العام بالسلامة

1- **إلزام المتدخل بالإعلام:** قد وضع المشرع عدة نصوص قانونية وتنظيمية بغرض حماية المستهلك فألزم فيها المهني بإعلام وإشهار خصوصيات منتوجه، وتوضيبه بطريقة منشأنها إعلام المستهلك بطبيعة السلعة وتمييزها عن غيرها منالسلع، يتجلىالدور الإعلامي من المعادلة ALFRED SAWY يقول : "أكون حرا عندما أكون على علم و دراية".

فنجد أن المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 90/366 تنص على أنه "ينبغي أن يكون توضيب المنتوجات غير الغذائية مغاير اللتوضيب المستعمل بالنسبة للمنتوجات الغذائية" وبالرغم من ذلك نجد حاليا وعلى العموم في الأسواق الجزائرية أنمادة التغليف مهما كانت : معدنية، أووورق مقوى أو بلاستيك فإنها تتشابه من حيث الحجم، المقياس، اللون، الرسومات إلخ...وفيما يخص قارورة البلاستيك فإن محترف والموادالغذائية ومنتوجات التنظيف يستعملون نفسالتغليف، فكم من مرة نددنا بتشابه قارورة ماء الزهر بقارورة الماء المقطر لبطارية السيارات،الالتباس بين منتوجاتالتنظيفالمختلفة موجودة علىالعموم.

مع أنه يمكن لتغليف المنتوجات أن يكون منوعا بعدة طرق، أو علىالأقل يسمح للمستهلك أن لا يخطأ في المنتوج حين يقوم بأخذه من فوق رفوف المحلات، أو عندما يستعمله في المنزل عدا أخطار الالتباس، فإن تغليفات البلاستيك تتميز عموما بنفس العيوب على مستوى المغلق، فسهولة استعمال القارورة ضمان حماية المنتوجات و صلابة التغليف.[1]

1 [1].مجلة المستهلك ، المرجع السابق ،ص.27.

كما ألزم في المادة 2/5 من المرسوم التنفيذي 90/39 على وضع كل المعلومات الضرورية الخاصة بالمنتوج أو الخدمة، أي جميع البيانات و عناوين الصنع و التجارة، الصور والشواهد أو الرموز التي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبطبها.

و يتضح الدور الإعلامي في الوسم أكثر منه في التغليف، ذلك أن الالتزام بالوسم يهدف دائما إلى إعطاء معلومات توحي إلى إعلام المستهلك بكيفيات استعمال المنتوجات،أو إعلامه بطبيعة المنتوج نفسه.

وبالتالي تسمح له بأخذ قراره باقتناء ذلك المنتوج أو عدم اقتناءه فالدور الإعلامي يظهر قبل إبرام العقد،و بعد إبرامه من خلال وضع طريقة استعمالالمنتوج،والمشرع حرصا منه على هذا الدور الإعلامي فرض قواعد وأحكام،إذا ما احترمت و روعيت كان من شأنها أن تضفي على البياناتالمتعلقة بالوسم والتغليف طبيعة إعلامية، وتبعدها كلالبعد عن ذلك التي لها صفة إشهارية.

2- مضمون وطبيعة ونطاق الإلتزام بالإعلام

كرس مبدأ الإعلام بالبيانات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة في المادة الثامنة من قانون الممارسات التجارية،حيث نصت علىأنه " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت،وحسب

وهنا يمكن تسجيل بعض الملاحظات حول هذا النص فيما يأتي.- نصت المادة الثامنة في الشطر الأول على عبارة " اختتام عملية البيع" ليفرض على البائع إعطاء المعلومات النزيهة والصادقة للمستهلك حول المنتوج أو الخدمة، لكن هذه العبارة لا تتلاءم مع طبيعة

أما عن كيفية تنفيذ هذا الالتزام، فنرجع إلى قانون الممارسات التجارية و بعض النصوص التنظيمية.

أ - فيإطارالقانون04-02 :

ألزم المشرع من خلال المادة الثامنة من القانون المهني 04-02 سالفة الذكر، البائع للمنتوج أو العارض للخدمة على بذل العناية اللازمة، وبمراعاة طبيعة المنتوج المباع أو الخدمة المعروضة، بأن يقدم المعلومات النزيهة والصادقة التي تتعلق بمميزاتالمنتوجأوالخدمة،و عليه يقع على عاتق المهني إعلام المستهلك بكل ما يتعلق بالعقد المزمع إبرامه،وذلك بتضمين العقد بالمعلومات الوافية الكافية.[1]

أما عن كيفية تنفيذ هذا الالتزام، فقد أشارت المادة الثامنة إلى عبارة "المعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتوج"، لكنها لم توضح فيما تتمثل هذه المميزات، لذلك نرجع إلى القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث نصت المادة 17 منه على أنه " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم، ووضع العلامات، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة "، وعليه فقد اعتبر هذا القانون أن الإعلام بالبيانات يكون عن طريق الوسم

[1] ،جمال النكاس- حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي -الكويتية الحقوق - مقال منشور بمجلةالعدد - 1989.98 ص 4

والعلامات أو أية وسيلة مناسبة، و أوجب من خلال المادة 18 أن يتم تحرير هذه البيانات والمعلومات باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة، ويمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها. إن الهدف من تقرير الالتزام بالإعلام بالبيانات التي توضح المستهلك مميزات المنتوجات والخدمات هو حمايته من غش البائعين، وعارضي الخدمات، ويقصد بالغش في هذا المجال، ذلك التصرف المادي الذي من شأنه إحداث تغير في طبيعة السلعة، وخواصها أو تركيبها أو فائدتها، بحيث يفقدها طبيعتها الأصلية أو يضعف من صفاتها، مثل هذا الغش يقوم على خداع المستهلك وإيهامه بان السلعة التي يرغب شرائها هي من جنس وطبيعة خاصة، وهو الصنف الذي يبحث عنه[1]. وعليه فإن إجبار المهني على إعلام المستهلك بالبيانات من شانه أن يكفل لهذا الأخير حماية لإرادته وصحته وأمنه، اعتمادا دائما على أساس ضعفه التقني بخصائص هذه المنتوجات والخدمات.

ب - في إطار بعض النصوص التنظيمية:

لقد تم صدور العديد من النصوص التنظيمية المطبقة منذ صدور القانون 02-89 المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك الملغى، والتي تلزم المنتجين بوسم منتجاتهم المعروضة في السوق، وذلك من خلال مجموعة من البيانات، توضع عن طريق ملصقة مرفقة بالمنتوج، وتتناسب هذه البيانات مع طبيعة كل منتوج، وتهدف إلى تحقيق أمن وسلامة المستهلك، فعلى سبيل المثال ألزمت المادة الخامسة من المرسوم التنفيذي رقم 366-90 المؤرخ في 14 جانفي 1997 والذي يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضبها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، مجموعة من البيانات الهامة التي تحمي صحة المستهلك وذلك من خلال المادة العاشرة منه، ومنها التركيب، الشروط الخاصة بالاستعمال وكذا تاريخ انتهاء مدة الصلاحية، بل وزيادة على ذلك، فإن الفقرة الأولى من هذه المادة، قد استوجبت أن تكون البيانات الخاصة بوسم هذه المنتوجات واضحة وغير قابلة للمحو. من هنا يظهر لنا أن هذه النصوص التنظيمية تساهم بشكل كبير في حماية المستهلك، وذلك عن طريق كل المعلومات المتعلقة بالمنتوجات التي يستهلكها أو يستعملها في الحياة اليومية بشكل مبسط، تمكنه من تجنب الأخطار التي يمكن أن تنجر عن تناولها أو استخدامها، وبالتالي ضمان صحته وأمنه وسلامته، وهو الهدف الأساسي الذي تصبوا إليه النصوص القانونية المتعلقة بهذا المجال.

3- الإعلام عن طريق الوسم:

لقد اخذ المشرع الجزائري كما سبق توضيحه بمبدأ الالتزام بالإعلام عن خصائص أو مميزات المنتوجات والخدمات، فكان نتيجة لهذا الالتزام أن وضع نظام خاص تكملة له وتشجيعا لحماية المستهلك،عرف بنظام الوسم والتغليف

---

[1] د/ نائل عبد الرحمانالمرجع السابق

الحماية الجزائية للمستهلك في القوانين الأردنية مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية.106 ص 1990 سنة - 4 العدد - 23 السنة

تعرض القانون المؤرخ في 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فيمادته الثالثة إلى تعريفا لوسم، حيث نصتعلىأنه "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمةأو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بعض النظر عن طريقة وضعها ."

ما يلاحظ أن هذا القانون قد اكتفى فقط بتعريف الوسم ،دون التفصيل في أحكامه،لذلك يجب علينا الرجوع إلىالنصوص التنظيمية الخاصة،وعلى الأخص المرسوم التنفيذي رقم 05-484المعدلوالمتمم المؤرخ في 22 دسيمبر 2005[1] المعدل و المتمم للمرسون التنفيذي رقم 367 –90[2]الصادرفي 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، والذي عرفه في المادة الثالثة منه بنصها "كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بيانيي ظهر على البطاقة، الذي يرفق بالمنتوج أويوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع"،وقد جاءهذاالمرسوم بأحكام صارمة تحمي المستهلك، من بينها ماجاءت به المادة الخامسة منه، والتي ألزمت أن تحرر بيانات الوسم بلغة سهلة الاستيعاب لدى المستهلكين ،وكذ اتسجيلها في مكان ظاهر بطريقة تجعلها مرئية وواضحة القراءة، ومتعذر محوها في الشروط العادية. في نفس الإطار ألزم المرسوم أن يكون الوسم بطريقة لايكون من شأنها أن تؤدي إلى إحداث لبىفيأذهانالمستهلكين.

لابد أن نشير على انه هناك قواعد يجب احترامها في مجال الوسم، فمهما كانت بيانات الوسم فيجب أنتكون : مرئية،سهلة القراءة،متعذرة محوها،ومكتوبة باللغة العربية وبلغة أخرى على سبيل الإضافة.

أولا: وسم المنتوجات الغذائية و غير الغذائية

أوسم المنتوجات الغذائية :

من أجل تطبيق قانون 89/02 جاء مرسوم ينظم وسم المنتوجات الغذائية وهو المرسوم التنفيذي رقم 90/367 الصادر بتاريخ 10/12/1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، فالمادة الأولى منه تحدد القواعد الواجب احترامها في هذاالمجال. وبداية لا بدمن معرفةماالمقصودبالسلعالغذائية،وحسبالمادة 2 منهفهي "جميع المواد المخصصة لتغذية الإنسان، والشاملة للمشروبات، واللبان، وكذا جميع المواد المستعملة فيصناعة الأغذية وتحضيرها ومعا لجتها باستثناء المواد المستخدمة في شكل أدوية أو مستحضرات للتجميل فقط"

وبالنسبة للقواعد أو المبادئ العامة المتعلقة بوسم هذه المنتوجات فقد نصت المادة 13 منه على "عدم استعمال أي إشارة، أوعلامة أو أي تسمية خيالية، أو أي طريقة للتقديم أو الوسم،أو أي أسلوب للإشهار

[1] المرسوم التنفيذي رقم 05 - 484 مؤرخ في 22 - 12 - 2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90 - 36 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية وعرضها - ج ر عدد 83 صادرة في 25 - 12 - .2005

[2] المرسوم التنفيذي رقم 90 - 367 المؤرخ في 10 - 11 - 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها 21 - 11 - 1990.في صادرة 50 عدد ر ج

أو العرض،أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك لا سيما حول طبيعة السلعة وتركيبها، ونوعيتها الأساسية ومقدار العناصر الضرورية فيها، وطريقة تناولها ،وتاريخ صناعتها والأجل الأقصى لصلاحية استهلاكها ومقدارها".

كما نصت نفس المادة على عدم ذكر أي بيانات بهدف التمييز بشكل تعسفي بين سلعة معينة ومنتوجات مماثلة، كما تمنع الإشارة إلى مواصفات وقائية أو علاجية من الأمراض التي تصيب الإنسان باستثناء مايتعلق الأمر بالمياه المعدنية الطبيعية والسلع الغذائية المعدة لتغذية خاصة فمثلا نجد في المياه المعدنية IFRI إيفري مكتوب ماء إيفري... مخصص للحمية بدون ملح ... وهو يصلح كذلك للنساء الحوامل، وكذلك لتحضير الرضاعة.

ونجد في مسحوق الحليب غلوريا GLORIA مكتوب : "غلوريا محضر بطرق خاصة تؤمن للمستهلك كافة الضمانات للنقاوة من الجراثيم ... لاغنى عنها للأولاد في فترة نموهم، إلا أن غلوريا مثل الحليب السائل لم يعد لتغذية الرضع".

ومن خلال نص المادة 2 و4 من هذا المرسوم يتضح لنا أن هذا الأخير يفرق بين نوعين من السلع الغذائية.

- **سلع معبئة :** يكون الإعلام عنها على عاتق المنتج عن طريق وضع الوسم وبالتالي فالتعبئة تقتضي أن تكون السلعة معبئة خارج مكان بيعها، وعرفتها المادة 2 على أنها "وحدة البيع المؤلفة من السلع الموضبة قبل وضعها تحت تصرف المستهلك بكيفية لا يمكن معها إدخال تغيير ما على المحتوى دون فتح التعبئة أو تغييرها". غير أن سلعة ما لاتعد جاهزة للتعبئة إذا ما تم لفها عند البيع بهدف الوقاية الصحية.
- **سلع غير معبئة:** أو غير جاهزة التعبئة والمعروضة على المشتري النهائي وحسب المادة 4 من هذا المرسوم فيجب "أن تكون هذه السلع معرفة على الأقل بواسطة تسميتها الخاصة بالبيع والمسجلة على لافتة أو على أي وسيلة أخرى بحيث لا يدع موقع هذه اللافتة أي مجال للشك في السلعة المعنية، كما يجب أن تشمل على بطاقة تكون ضمن التغليف نفسه".

وبالرجوع إلى نص المادة 6 من هذا المرسوم فيجب أن يتضمن وسم المنتوجات الغذائية عدد من البيانات الإجبارية وهي :

1- التسمية الخاصة بالبيع.
2- عند الاقتضاء قائمة التوابل.
3- .الكمية الصافية والمعبر عنها بوحدة النظام الطولي.
4- تاريخ الصنع،والأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه وكذا شروط الحفظ الخاصة.

5- الاسم أواسم الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة السلعة وتوضيبها أو توزيعها أو استيرادها.

6- طريقة الاستعمال أو شروط التناول الخاصة عند الضرورة.

7- جميع البيانات الأخرى التي تصبح إجبارية بموجب نص خاص.

وقد منع المشرع الجزائري كل وسم أو عرض من شأنه إحداث لبس لدى المستهلك بين سلعة غذائية وسلعة غير غذائية وهذا حسب المادة 12 **بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية :**

نظمت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90/366 المؤرخ في 10/12/1990 والمتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.

وقد عرفها هذا المرسوم في مادته 2 بقولها "يقصد بها جميع المنتوجات المستعملة في صيانة المحلات ورفاهيتها باستثناء الأدوية والسلع الغذائية".

ويجب أن توضع هذه المنتوجات في تعبئة صلبة ومحكمة السد تلصق بها بطاقة بإحكام. هذا ما نصت عليه المادة 3 من هذا المرسوم.

وبالرجوع لنص المادة 5 فيجب أن يشمل وسم المنتوجات غير الغذائية على البيانات الإجبارية الآتية :

1 .التسمية الخاصة بالبيع،وينبغي أن تمكن المستهلك من التعرف على طبيعة المنتوجالحقيقية.

2 .الكمية الصافية المعبرة عنها بوحدات النظام الدولي

3 .الاسم أواسم الشركة، أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة المنتوج أو توظيبه أو استيراده أو توزيعه.

4 .طريقة استعمال المنتوج أو شروط الاستعمال الخاصة،إن وجدت. [1]

5 جميع البيانات الإجبارية الأخرى المنصوص عليها في نص خاص.

2 وسم مواد التجميل و التنظيف :

نضمه المرسوم التنفيذي رقم 97/37 المؤرخ في 14/01/1997 تحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبها واستيرادها وتسويقها فيالسوق الوطنية.

وقد عرفتالمادة 02 من هذا المرسوم منتوج التجميل والتنظيف البدني بقولها هو : "كل مستحضر أو مادة باستثناء الدواء المعد للاستعمال في مختلف الأجزاء السطحية لجسم الإنسان مثل البشرة، الشعر، الأظافر، الشفاه، الأجفان، الأسنان، الأغشية، بهدف تنظيفها أو المحافظة على سلامتها أو تعديل هيئتها أو تعطيرها أو تصحيح رائحتها".

[1] وللتوضيح نذكر مثال مبيد الحشرات. التسمية : مبيد. الكمية : 400 مل. منتوج من طرف : موبيدال وحدة القصبات باتنة الجزائر.

طريقة الاستعمال : إخلط جيدا قبل الاستعمال، تبخير الأماكن المعدة للتعقيم على مسافة 20سم خلف الآلات المنزلية، أماكن التخزين وداخل الأثاث، تموت الحشرات بعد بضعة دقائق.

فيما يتعلق بالوسم فيجب أن يشمل وسم مواد التجميل والتنظيف البدني على بيانات ملصقة بحيث تكون ظاهرة للعيان، ميسورة القراءة، غير قابلة للمحو، مكتوبة باللغة الوطنية وبلغة أخرى كإضافة، والبيانات التي يجب أن يتضمنها الوسم قد حددت بموجب المادة 10 من المرسوم السالف الذكر وهي :

1 تسمية المنتوج مصحوبة على نحو مباشر بتعيينه ما لم تتضمنه التسمية نفسها (مثلا مزيل الروائح الجسدية).

2 .الاسم والعنوان التجاري أو المقر الاجتماعي للمنتج الموضب أو المستورد وكذا البلد المصدر عندما تكون هذه المواد مستوردة.

3 .الكمية الاسمية وقت التوضيب معبرا عنها بوحدة قياس قانونية ملائمة (ملم).

4 تاريخ انتهاء مدة الاستعمال والظروف الخاصة بالحفظ أو التخزين، هذه المدة تكون إجبارية بالنسبة لمواد التجميل والتنظيف البدني التي تتجاوز مدة صلاحيتها 30 شهرا.

5 تاريخ الصنع أو المرجع الذي يسمح بالتعرف على ذلك (رقم المجموعة).

6 .ذكر النسبة المستعملة إذا كان ذكر عنصر مكون يدخل في التسمية التجارية للمنتوج.

7 .التركيب والشروط الخاصة بالاستعمال (مخاطر الاستعمال).

وفي حالة استحالة وضع الملصقات على المنتوج يجب أن تكتب هذه الإشارة على الغلاف الخارجي للمنتوج أو على دليل الاستعمال مرفق، يوجد هذا الدليل داخل المغلف. كما أنه يمكن أن لا يحتوي وسم العطور بأنواعه إلا على الإشارات المنصوص عليها في الفقرات 1،2،3،5،7 المذكورة سابقا في المادة 10 وهذا ما جاء في محتوى نص المادة 11 من نفس المرسوم.

وبالرجوع للمادة 12 من نفس المرسوم فإنه يمنع استعمال كل إشارة أو علامة أو تسمية خيالية أو نمط تقديم أو وسم أو عرض يوحي بأن المنتوج متميز بخصائص لا تتوفر فيه حقا لاسيما فيما يتعلق بالتركيب والمزايا الجوهرية وطريقة الصنع وأبعاد المنتوج وأصله.

3-وسم اللعب :

نظم بموجب المرسوم التنفيذي رقم *97/494 ، وحسب هذا المرسوم فإن "اللعبة هي مصمم موجه صراحة لغرض اللعب للأطفال لسن أقل من 14 سنة".

وقد حددت المادة 6 من هذا المرسوم البيانات الإجبارية التي يجب أن يتضمنها رسم اللعب وهي :

1تسمية المبيع.

2.طريقة الاستعمال.

3الاسم أو العنوان التجاري أو العلامة وعنوان الصانع،اسم المستورد وعنوانه التجاري.

4كل بيان آخر يصبح لازما بموجب نص خاص

4- الإلتزام العام بالسلامة

نجد سياسة حماية المستهلك قد فسرت بواسطة قانون رقم 89/02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك، وقد أضيفت إليه عدة نصوص أخرى (قوانين، مراسيم، أوامر، قرارات)، هذا المجمع التشريعي جاء ليتمم نظام حماية المستهلك الموجود من قبل، ونجد هذا النظام قد توقع بوجود التزامين هما:

- الالتزام العام بالسلامة
- الإلتزام بمطابقة المنتوج للمقاييس والمواصفات القانونية

في سنة 1962، صرح الرئيس الأمريكي كيندي في خطاب أن "الحكومة الفيدرالية عازمة أن تجعل على عاتقها المسؤولية لتضمن للمستهلكين الممارسة الكاملة لحقوقهم، بمعنى الحق في الأمن، الحق في الاستماع إليه، الحق في الإعلام، حقالاختيار".

التأكيد على الحق في الأمن للمستهلك من طرف الرئيس كيندي يعتبر كأحد الأجوبة عن المتطلبات الأساسية للمستهلكين في العالم.

إن سلامة المستهلك لا تخص فقط منتجي المواد أو مقدمي الخدمات، وإنما تعتمد كذلك على تربية المستهلك، فالحوادث المنزلية يمكن أن تتفادى إذا تم أخذ أدنى حد للاحتياط، غير أن سلامة المستهلك تبقى قائمة بالنسبة لمنتجي المواد.

ومقدمي الخدمات كالتزام عام للسلامة منصوص عليه في قانون 1983 في مادتيه الأولى والثانية. هذا الالتزام بالسلامة يترجم كذلك في ضرورة إعلام المستهلك طبقا للمادة 11/2 من قانون 1 أوت 1905 المعدل لقانون .1983.

هذا ما أكد عليه المشرع الجزائرى في القانون * 89/02 في المواد 2،3 و4، إذ يجب أن يقدم المنتوج أو الخدمة ضمان ضد كل المخاطر التي يمكن أن تمس سلامة المستهلك، وفي كل الحالات يجب ان يستجيب لرغبات المشروعة وأن يكون على علم كافي بالمنتوج أو الخدمة.

الالتزام العام بالسلامة هو الالتزام الذي يقع على عاتق المهني سواء كان منتج المواد أو مقدم الخدمات اتجاه المستهلك، بحيث يضمن لهذا الأخير الأمن والسلامة.

والجدير بالذكر أنه بالرجوع للمادة 221/1 من قانون الاستهلاك الفرنسي نجدها تنص على أن "المنتوجات والخدمات، يجب أن تكون ضمن الشروط العادية للاستعمال، أو ضمن شروط أخرى متميزة ومتوقعة من طرف المهني، تمنح السلامة المشروعة المنتظرة والتي لا تمس بصحة الأشخاص" فما يتضح من هذا النص أن كلمة مستهلك غير موجودة، لكن الأكيد أنالمستهلكينهمالمعنيينالأوائلبسلامة المنتوجات والخدمات، ولكن ليس لوحدهم المعنيون، فالسلامة ممنوحة لكل شخص قد يصيبه ضرر جسدي ناتج عن

المنتوج أو الخدمة المعروضة في السوق سواء كان المستعمل مستهلك،أو كان المستعمل مهني وحتى الغير وعلى خلاف المشرع الفرنسي وبالرجوع لنص المادة 2/4و3 من قانون[1] 89/02 ومما سبق ذكره يفهم أن المشرع الجزائري قد أورد كلمة المستهلك واقتصر السلامة عليه دون غيره، ودون تعميم.

1.4 مضمون الإلتزام العام بالسلامة:

إن مشاكل السلامة والصحة من أهم النقاط التي يطرحها حماية المستهلك إذ أن استعمال بعض المنتوجات تلحق أحيانا أضرارا وخيمة، كالدم الملوث بفيروس السيدا، وللحظ ليست كل الحوادث خطيرة كهذه، وعلى الرغم من ذلك يمكننا أن يعطي أمثلة كثيرة للمواد المختلفة، كالآلات التي تتفرقع والألعاب الخطيرة، المركبات المتطورة للمنتوجات والخدمات المعروضة في السوق تجعل الحوادث متكررة ونتائجها خطيرة.

فسلامة المستهلك لا تقتضي فقط على المنتج أو صانع المنتجات أو المكلفين بتقديم الخدمات لكنها تشمل كذلك تربية المستهلكين، إذ يمكن أن نتجاوز عدة حوادث منزلية لو اتخذت بعض الاحتياطات من طرف المستهلكين.

والملاحظ أن المشرع الجزائري قد تفادى الإشارة إلى فكرة المنتوج الخطير أو الخدمة بذاتها،لأن هذه الفكرة تنقصها الدقة بما أنها لا تحتوي على معيار خاص لتحديد الخطر ،مما يؤدي إلى خلق نوع من الخلط بين الشيء الخطير والشيء المضر وينتج عن هذا أثر ليس فقط بالسماح بسحب المنتوج المعترف بخط ورته من السوق، ولكنه بمراقبة إنتاج وتسويق هذه المنتوجات والخدمات بفرض التزام بالسلامة على المهنيين في كل مرحلة من مراحل تدخلهم في عملية الوضع للاستهلاك هذا ما أكدته المادة 5/1 من قانون 89/02 التي تقضي على أنه "يجب على كل منتج أو وسيط أو موزع وبصفة عامة كل متدخل في عملية الوضع للاستهلاك أن يقوم بنفسه أو عن طريق الغير بالتحريات اللازمة للتأكد من مطابقة المنتوج أو الخدمة للقواعد الخاصة به والمميزة له".

أحيانا نميز بين المنتوجات الخطيرة من حيث طبيعتها (كالسلاح الناري، المواد المنظفة) والمنتوجات الخطيرة لوجود عيب بها (كالمواد الغذائية الفاسدة، آلة كهربائية غير عازلة)،فأغلبية القواعد الحمائية لا تجدها تفرق بين الصنفين للمنتوجات الخطيرة , فهده التفرقة صارمة إلا في المظهر، فالحماية ضرورية في جميع الحالات.

[1] قانون 89/02 بتاريخ 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك،ج/ر العدد 6 بتاريخ 1998/02/8،ص154

والالتزام العام للسلامة لا يتدخل إلا في حالة استعمال المنتوج في الحالات العادية، وعليه فالمهني لا يمكن اتهامه كمقصر في الالتزام بالسلامة في كل حالة التي يستعمل فيها المستهلك منتوج أو خدمات خارج المعايير العادية من أجل تفعيل ضررا إليه شخصيا أو حتى إلى غيره.

والجدير بالذكر ان الطابع العادي لاستعمال المنتوج لا يكون دائما مقبولا حسب التعليمات المقدمة من طرف الصانع، فالسلامة المرجوة هي السلامة الشرعية لا السلامة كما وصفها وعينها الصانع أو المنتج، فالغراء لم يصنع من أجلالتخدير ولكن استعمل لهذا الغرض وتم تنظيم بيع الغراء،

ومن المؤكد أن المهني لا يمكن أن يكون مسؤولا في تصرفات المستعمل الذي حرف عمدا المنتوج أو الخدمات من استعماله العادي من أجل إثارة ضررا لنفسه أو للغير.

والجدير بالذكر أن هناك بعض المهن لا يمكن الالتحاق بها إلا وفق شروط، بهدف حماية الصحة العمومية، وهم حالة الأطباء والصيادلة، حيث لا يستطيع أي شخص من ممارسة هذه المهن إلا إذا كان حاصل على شهادة تضمن اختصاصه.

عموما هناك منهج آخر تستعملها السلطات العمومية لحماية صحة المستهلك بحيث تضع قواعد للسلامة مطبقة على المنتوجات والخدمات، ففي فرنسا وكذا الجزائر وكغيرهم من الدول، وضعتا قواعد كثيرة من هذا النوع، فهي مثلا تمنع بعض الإضافات في المواد الغذائية، وضع تاريخ نهاية الاستهلاك، صلابة القبعات لسائقي الدراجاتا لنارية، حزام الأمن،والأمثلة كثيرة.

ومن خلال قانون 89/02 يمكن أن نستنتج معيارين لتحديد وفهم الالتزام العام للسلامة :

- مستوى السلامة يجب أن يتناسب مع ذلك الذي يسعى إليه المستهلك بصورة مشروعة، هذا يعني أن المهني لا يستطيع تحديد الطابع الخطير لمنتوج ما بصفة انفرادية.
- يجب أن تكون رغبات المستهلك مشروعة، ولا يمكن أن تكون كذلك إلا إذا كانت السلامة المرجوة يمكن تحقيقها بالنظر للحالة التكنولوجية والتطور العلمي الراهن، كما لا يمكن اعتبار الرغبة مشروعة إذا كان مصدر الخطر هو خطأ المستهلك الذي يستعمل المنتوج بصورة غير عادية.

وهنا يثور المشكل حول تحديد الشروط غير العادية للاستعمال، ولكن الشيء الذي يمكن ان تأكيده هو أن شهادات الاستعمال التي يقدمها المهني لا يمكن أن تشكل معيارا لتحديد الشروط العادية للاستعمال لأن نص المادتين 2 و3 من قانون 89/02 يتحدث عن السلامة التي يرغب فيها المستهلك بصورة شرعية وليس السلامة كما هي محددة من قبلالمنتج أو الصانع.

نستنتج مما سبق توضيحه أن الالتزام العام بالسلامة كما تبناه المشرع الجزائري يشمل على ثلاثة التزامات:

- ✓ التزام مهني بمراقبة مطابقة المنتوج لمقاييس السلامة.
- ✓ ضرورة إعلام المستهلك عن طريق وسم المنتوجات.
- ✓ الالتزام بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمواد الخطيرة.

2.4- طبيعة الإلتزام العام بالسلامة:

يعد الالتزام العام بالسلامة من المفاهيم الجديدة والتي لا يجب خلطه مع الالتزام التعاقدي بالسلامة فمن جهة هدفهما مختلف، بما أن الالتزام المقرر في قانون 89/02 يهدف إلى ضمان الوقاية من المخاطر، أما الالتزام التعاقدي فهو يتعلق فقط بتعويض الأضرار الناتجة عن السلعة أو الخدمة، كما أن الالتزام العام بالسلامة يعد كأساس لوضع مجموع من الإجراءات الحمائية والتي يتم تطبيقها عن طريق الإدارة والقضاء الجزائي حسب ما نصت عليه المادتين 14 و 19 من قانون 89/02، بينما الالتزام التعاقدي فهو متعلق فقط بالجانب المدني أين تكون أساس لمسؤولية المهني.

و من جهة أخرى فإن مجال تطبيق هذان الالتزامان مختلف من حيث الأشخاص الذين يستفيدون منهما، حقيقة أن الأمر يتعلق في كلا الحالتين بمستهلكي المنتجات أو الخدمات، ولكن الالتزام التعاقدي يستلزم لتطبيقه صفة المتعاقد فيالمستهلك، وبالمقابل فالطابعالقانوني للالتزامالعام بالسلامة يشمل مجمل المستعملين سواء كانوا متعاقدين أو من الغير بالنسبة للمنتج أو البائع الذي يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك. و لكن بالرغم من كل هذا هناك من يري أنالالتزام التعاقدي بالسلامة يسمح لنا بالخروج من الطابعالتعاقدي لمثل ذلكالالتزام والانتقال إلى أساس موحد للوقاية والتعويض وهذا ما يمكن أن نستخلصه من المادة 29 منقانون 89/02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك. إذ يتضح من خلال هذه المادة أن الالتزام العام بالسلامة يجب أن يكون أساس تدخل التنظيم للوقاية وتحريك مسؤولية المهني في حالة الضرر الناتج عنالسلعةأوالخدمة.[1]

أما بالنسبة للطبيعةالقانونية للالتزام العام بالسلامة، فيجب أن نميز بين بيع السلع أو المنتوجات وأداءا لخدمات إذ أن بيع المنتوجات يكون دائما الالتزام بالسلامة هو التزام بتحقيق نتيجة ، عكسأداء الخدمات التي قد يكونالتزام بتحقيق نتيجة،أوالتزام ببدل عناية وذلك علىالأوجهالتالية:

- **يعتبر أداء الخدمة التزام بتحقيق نتيجة:**

عندما يمنح المستهلك عناية شخصه أو ماله كليا لمقدمي الخدمات وهو فاقد بذلك اتخاذ أي إجراء أو مبادرة من تلقاء نفسه،ومثالذلكأن الجراح لايمكن لهأن يسبب ضرر باستعماله للأجهزةالخاصة.

- **ويعتبر أداء الخدمة الالتزام ببذل عناية:**

[1]-محمد فهمي عمر الحجار، "حماية المستهلك"، دراسة تحليلية للواقع الأردني، رسالة ماجستير(غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، 1986م.

عندما تكون للضحية دور في التأثير على طبيعة مسؤولية مقدمي الخدمات. فالزبون مثلا يمكنه باتفاق ضمني او صريح أن يقبل مسبقا لتحمل بعض المخاطر الجسمانية الناتجة عن خدمة، كقبوله لخضوع لعملية جراحية أو عندما يتعلق الأمر بعقد لممارسة رياضة أو لعبة أين ممارستها يعد مصدر خطر.
كذلك عندما يبدي المريض رضاه لاتباع علاج أو لإجراء عملية،فالطبيب معفى من كل التزام بتحقيق نتيجة.

3.4- مجال تطبيق السلامة من حيث الموضوع:

ولمعرفة مجال تطبيق الالتزام العام بالسلامة لا بد من التطرق إلى نقطتين :

- تطبيق الالتزام العام بالسلامة على الأشخاص (أولا)
- و تطبيقه على السلع و الخدمات (ثانيا)

أولا : مجال تطبيق الالتزام بالنسبة للأشخاص

إن المدنيين والدائنين في الالتزام العام بالسلامة حسب قانون 89/02 هم على التوالي كل من المهنيين و المستهلكين .

1- فكرة المهني

يعرف الدكتور "جمال نكاس" المهنيون في العملية الاستهلاكية على أنهم "جماعة المحترفين من المنتجين والبائعين وغيرهم الذين يقومون بإنتاج السلع الاستهلاكية وتسويقها بشكل دوري، أشخاص طبيعيين كانوا أو أشخاصا معنوية و أيا كان انتماؤهم إلى القانون الخاص " الأفراد،والشركات..." أم القانون العام "الدولة و مؤسستها".[1]

وبالرجوع لنص المادة الثانية(2) من المرسوم التنفيذي[2] رقم 90/266 يقصد بالمهني كل منتج، صانع، وسيط، حرفي، تاجر، مستورد، موزع، و بصفة عامة كل متدخل في عملية الوضع للاستهلاك.ذ

يستنتج من هذ االتعريف القانوني للمهني أن كل نشاط سواء كان تجاري ،صناعي أو حرفي أو فلاحي معني بالأمر مادام يهدف إلى تقديم أموال أو خدمات للمستهلكين ،و من ثمة لاداعي للتمييز بين النظام القانوني للمتدخل ففقد يكون مؤسسه فردية أو شركة ،وتكييف المهني يشمل كذلك الأشخاص المعنوية للقانون العام كالمؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري،بما أن هذه الأشخاص تتدخل في التجارة والصناعة وتعرض المنتوجات و خدمات في إطار نشاطها المعتاد.

2- فكرة المستهلك

إذا كانت فكرة أو مفهوم المهني سهل وواضح، فإن فكرة المستهلك تبعث نوع من الغموض و حتى لجدل فقهي حول تحديده فقد عرفه الدكتور "جمال نكاس" أنه "ذلك الشخص الذي يبرم عقودا مختلفة من شراء وإيجار وغيرها، من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع ومواد وخدمات وأغذية

[1] جمال نكاس. "حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي" مجلة الحقوق" العدد 2 ، سنة 1989 ص4

[2] المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المؤرخ في 15/09/1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات،الجريدة الرسمية العدد40 بتاريخ 19/09/1990 ، ص. 1246.

وأدوية لإشباع حاجاته الضرورية و الكمالية الآنية والمستقبلية دون أن تكون له نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويتها كما هو الحال بالنسبة للمنتج أو الموزع (التاجر)،ودون أن تتوفر له القدرة الفنية لمعالجة الأشياء و إصلاحها".[1]

وقد عرف الدكتور "شريف لطفي" المستهلكين على أنهم "أولئك الذين يستخدمون السلع المختلفة سواء للاستهلاك النهائي أو الوسطي وسواء كان ذلك يتعلق بسلع استهلاكية أو استثمارية وكذلك سواء كان هذا الاستخدامعن طريق الشراء أو التأجير ،و حتى بصورة مجانية ،وهم يشملون أيضا أولئك الذين يستخدمون الخدمات المختلفة سواء بمقابلأو بغير مقابل و سواء كانت هذه الخدمات مقدمة من الحكومة بمختلف فروعها أو منقطاع الأعمال أو من المهنيين بفئاتهمالمختلفة أو من أية جهات أخرى.[2]

أما المشرع الجزائري فقد عرف المستهلك في المادة الثانية (2) من المرسوم التنفيذيرقم[3] 90/39 على أنه " كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

من خلال هذا التعريف نستخلص أن الأمر يتعلق بجميع المستعملين، وعليه يعد مستهلكا نهائيا كل شخص يسعى لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به،اضافة للمستهلك الوسيطي الذي هو المهني الذي يسعى لتحقيق حاجات نشاطه، فهنا العمل الذي يقوم به يعد من نفس طبيعة العمل الذي قام به المستهلك النهائي، غير ان البعض يتم إخراجهم من نطاق القانون أو التشريع وهم المهنيون الذين يستعملون مو اد من أجل صنع منتوجات أخرى، في هذه الحالة لا تعتبر مواد استهلاكية بل مواد للإنتاج.

و يشترط في المهني الذي يعد مستهلك وسيطي أن يكون غير مختص في الشيء الذي اشتراه فمثلا : صاحب مقهى الذي يقترح عليه وكيل تجاري مطفئ الحريق لمحله لبيع المشروبات، فهو غير مختص لمعرفة جودة هذا الجهاز مثله مثل مديرة المنزل لو اقترح عليها نفس الجهاز من نفس الوكيل.

بالإضافة لصفة المستهلك كونه مستعمل للسلع أوالخدمات، فإنه يعد شخص محمي نظرا لانعدام تجاربه، وهؤلاء الأشخاص الذين يعتبرون عديمي التجارب هم بدون شك الذين يتصرفون من أجل تلبية حاجاتهم الشخصية، أو لشخص آخر أو لحيوان تحت مسؤوليتهم، بالإضافة المهنيون الذين يتصرفون خارج اختصاصاتهم، لأنهم يشترون من أجل تلبية حاجات مؤسساتهم فهم بذلك يعتبرون مستعملون المنتوج هذا من جهة، ومن جهة أخرى لأن مهنتهم لا تمكنهم من معرفة خاصية هذه المنتوجات، فهم

---

[1]. جمال نكاس، المرجع السابق ، ص47

[2]. شريف لطفي. "حماية المستهلكين في اقتصاد السوق". مجلة مصر المعاصرة. ع.425 س1991 . ص.191

[3]المرسوم التنفيذي رقم 90/39 المؤرخ في 30/01/1990 المتعلق برقابة النوعية وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 05 بتاريخ 30/01/1990 ، ص .202

زبائن غير ملمين أو يجهلون ذلك. عدم اختصاص المستهلكين قد يتضح في عدة درجات متفاوتة، فهل يمكن أن نتساءل عن المنهجية المتبعة من اجل إدراك مستوى الاختصاص نظرا لعدم وجود تشريعات سريعة، فهنا السلطة التقديرية تعود للقاضي، وله أن ينظر بدون شك إلى صفة المستهلك العادي.

ومن خلال ما تقدم يمكن تحديد المقصود بالمستهلك عن طريق تحديد ثلاث خصائص له وذلك كما يأتي:

- هو الشخص سواء كان طبيعي أو معنوي يقوم بإبرام عقود لسد حاجاته الفردية أو الأسرية.
- يبرم تلك العقود للحصول على سلع وخدمات ينتفع بها، دون ان تكون له نية المضاربة عن طريق إعادة بيعها أو تصنيعها، فالفرد يعتبر مستهلكا حتى لو كان منتجا لسلعة ما، فإنه يعد مستهلكا لغيرها من السلع، وعليه فهو يستحق الحماية حين يسعى للحصول على هذه السلع لاستهلاكه الشخصي وليس المهني.
- وأخيرا المستهلك هو شخص غير مهني، إذ لا يتمتع بالقدرة الفنية لمعرفة ما إذا كانت السلع والخدمات التي تحصل عليها ذو جودة.[1]

ثانيا : مجال التطبيق من حيث الموضوع

ففي مجال تطبيق الالتزام العام بالسلامة من حيث الموضوع يجب أن نميز بين السلع أو المنتوجات والخدمات :

1.السلع (المنتوجات) :لقد عرفتها المادة 2 من مرسوم 90/39 المتعلق بالنوعية وقمع الغش على أنها " كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية ".

الملاحظ أن هذا التعريف جاء واسع، إذ يمكن أن يكون المنقول المادي جديد أو مستعمل، كما قد يكون شيء يأكل مثل الغذاء أو أجهزة منزلية ويبدوا واضحا أن الأمر لا يخص العقارات.

وما تجدر الإشارة إليه أن المشرع الجزائري وبخصوص مختلف النصوص التي جاءت لحماية المستهلك قد أعطى تعريفات مختلفة " للمنتوج "،وهذا ما قد يؤدي إلى نوع من اللبس، فإلى جانب التعريف السابق الإشارة إليه فنجد التعاريف التالية :

- المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات تعرف المنتوج على أنه " هو كل ما يقتنيه المستهلك من منتوج مادي أو خدمة".
- تعرفه المادة 02 من قانون 89/23 المؤرخ في 19/12/1989 المتعلق بالتقييس على انه "أية مادة تركيبية، جهاز، نظام، إجراء وظيفة أو طريقة ".

[1] جمال نكاس، المرجع السابق، ص 47

- كما تعرفه المادة 2 من القانون رقم 89/02 المتعلق بحماية المستهلك على انه "كل منتوج، سواء كان شيئا ماديا أوخدمة، أي كانت طبيعته" ، فالملاحظ أن هذا التعريف الأخير يعتبر المنتوج خدمة في بعض الأحيان وهذا لا يمكن تصوره أبدا وهو بذلك يتناقض مع باقي المواد في نفس القانون حيث نجد مثلا في المادة 3 يستعمل المشرع مصطلح " المنتوج أو الخدمة "،أي أنه يميز بين المصطلحين.

تضم المنتوجات إضافة إلى ما سبق ذكره المنتوجات المصنوعة تقليديا وكذا المنتوجات المصنوعة في الجزائر أو المستوردة، ويمكن لمصطلح "المنتوج" أن يشمل المنتوجات الخطيرة منحيثطبيعتهاوهي منتوجات غير ممنوعة بحيث نجد هناك منتوجات سامة " كمبيد الحشرات" أو منتوجات سريعة الالتهاب "كقارورة الغاز" وفي هذه الحالة ما على المهني سوى اتخاذ جميع التدابير اللازمة لاستبعاد أو إزالة أضرار الاستعمال كوضع ملصقات إعلامية مخصصة لتحذير المستهلك، بالإضافة للمنتوجات الخطيرة من حيث طبيعتها، يجب ذكر كذلك المنتوجات المعيبة وهي المنتوجات التي تلحق الضرر لكن معطوالالوقت نظر الوجود لها عيوب في التكيف أو بالصنع فتصبح غير صالحة و نذكر في ذلك أمثلة منها "إبريق القهوة "اكسبراس" وهناك بعض أنواع من المدفأة يشكل استعمالها خطر.

2.**الخدمات** : " الخدمة هو كل مجهود يقدم ماعدا تسليم المنتوج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أود عماله" فهكذا عرفتها المادة 2 من المرسوم التنفيذي 90/39 المتعلق برقابة النوعية وقمع الغش. والخدمة قد تكون مادية كالفندقة والتنظيف، والإصلاح، أو مالية كالقرض، تأمين، أو فكرية كعلاج طبي، استشارة قانونية.

والملاحظ أنه وإن كان قانون 89/02 يطبق حتى على الخدمات إلا أن فعاليته في هذا الميدان مشكوك فيه،لأن القواعد التي به غير مهيأة للتطبيق على الخدمات. والجدير بالذكر أن قانون 89/02 ليس له طابع عام، وهو لا يطبق حسب ما يبدوا لنا على المنتوجات والخدمات التي تخضع للتنظيمات التشريعية الخاصة وهي : الأسلحة، المتفجرات، موادالسامة أو المخدرات، السيارات.

المطلب الثاني :الالتزام بالمطابقة للمواصفات و الالتزام بضمان الخدمة ما بعد البيع:

الفرع الاول:الالتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية

وللتعرف على الالتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية سنتعرض إلى كل من تعريف المواصفات القانونية وكذا تنظيمها القانوني :

1 - **تعريفه :**

يعتبر من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المهني إلى جانب الالتزام بتقديم الضمان، وتمكين المستهلك من تجربة المنتوج (المادة 6 و9 من قانون 02/89)، إذ يجب أن يتوفر المنتوج على المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمه وتميزه (المادة 8 من قانون 02/89).

فالمواصفات القانونية تعبر عن الخصائص والمميزات المطلوبة في المنتوج أو الخدمة لكي يحقق غرضا معينا، ولا بد من الإشارة إلى الفرق بين هذا الالتزام بالمطابقة والالتزام بالضمان، فالالتزام بالضمان يكون على عاتق المنتج أو الصانع

أو الموزع أو البائع وذلك بعد البيع أو الاقتناء، وهو يهدف إلى حماية المصالح المادية للمستهلك، وهو التزام بتحقيق نتيجة عند مخالفة الالتزام بالضمان، والضمان محدد بمدة معينة لا تقل عن 6 أشهر.

والجزاءات المترتبة عن مخالفته تتمثل في إصلاح المنتوج أو استبداله أو رد الثمن ويكون كل ذلك على نفقة المهني (المادة 8 من قانون 02/89) أما الالتزام بالمطابقة فهو يقع على عاتق كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك، ويكون هذا في كل المراحل حتى قبل الإنتاج إلى غاية العرض النهائي للاستهلاك، وعليه فهو أوسع من الالتزام بالضمان، كما أن الالتزام بالمطابقة له مهمة وقائية أكثر ويهدف إلى حماية صحة وأمن المستهلك، وهو غير محدد بمدة معينة، إذ يكون في كل الأوقات والمراحل وفي حالة مخالفته هناك جزاءات مدنية، إدارية وعقابية.

2-تنظيمها

لقد نص المشرع الجزائري على الالتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية في نص المادة 3 من قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك إذ تنص على أنه "يجب في المنتوج أو الخدمة التي تعرض للاستهلاك المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمه وتميزه".

وعليه تعتبر المواصفات القانونية هي المحدد الأساسي للجودة، سواء فيما يتعلق بطبيعة المنتوج أو الخدمة، وكذا صنفها ومميزاتها الأساسية وتركيبها وكيفية تغليفها، وذكر تاريخ الصنع والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله، وكذا الاحتياطات والواجب اتخاذها خاصة إذا كان المنتوج خطير وعلى هذا الأساس فهذه المواصفات تعبر عن الخصائص المطلوبة في المنتوج لكي يحقق غرضا معينا، كما تشمل هذه المواصفات على جميع أوصاف المنتوج أو الخدمة التي هناك حاجة إليها أثناء عملية الإنتاج مثل الأبعاد اللازمة، الأوزان والمقادير.

كما يجب أن تحدد المواصفات وصفا لطريقة استعمال المنتوج، كذا الظروف الواجب توفرها أثناء استعمال المنتوج وخطوات التركيب وصيانة المنتوج.[1]

---

[1] فريدة ح، "المضافات الغذائية نعمة أم نقمة على البشرية" روضة الجندي مجلة ثقافية توجيهية لوزارة الدفاع الوطني، العدد 233 ، سنة 2001 ، ص19.

ونجد في هذا الإطار المرسوم التنفيذي رقم 25/92 المؤرخ في 1992/01/19 والذي يحدد شروط استعمال المواد المضافة إلى المنتوجات الغذائية وكيفيات ذلك. تعرف المضافات الغذائية بأنها أية مادة تضاف إلى الغذاء وتأثر على تركيبه الكيميائي أو الفيزيائي، كاستخدام الملح مثلا لحفظ اللحوم والأسماك، والخل إلى المخللات لحفظها فترة طويلة.

ويعود السبب في استخدام المضافات الغذائية في الوقت الحالي إلى :

- البحث عن تحسين الطعام أو تغليظ القوام.
- تسيير الغذاء و تسهيل إعداده وتصنيعه ونقله وتخزينه.
- تعديل المظهر العام والمحافظة على شكل المنتوج بإضافة لون مناسب.
- دعمها بالفيتامينات والمعادن الغذائية الضرورية للجسم لتحسين وزيادة الفائدة الغذائية للمنتوج.[1]

تبقى المضافات الغذائية تشكل جزءا لا يتجزأ من الأغذية، ومهما يكن فانه يجب توخي الحذر والحد من استهلاكها وإن كان المشكل ليس بالأمر الهين، لذا لابد أن تحتوي المواصفات الخاصة باستخدام المضافات الغذائية المسموح إضافتها في المواد الغذائية على شروط وضوابط تقنية معينة يجب تطبيقها تحت ظروف التصنيع الجيدة.2

وهناك أوصاف موحدة للمواد المستعملة في المنتوج مثل الخواص الطبيعية والكيميائية ونجد في هذا المجال القرار المؤرخ في 1992/02/10 المتعلق باستعمال المحليات المكثفة في بعض المواد الغذائية.

كما تحدد المواصفات طرق التغليف والتعبئة والتخزين والنقل للمنتجات المختلفة، ونجد في هذا المجال المرسوم التنفيذي رقم 53.91 المؤرخ في 1991/02/23 يحدد الشروط الصحية عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، وفي مجال الوسم نجد المرسومين التنفيذيين رقم 366/90 و367/90 المتعلقين برسم المنتوجات غير الغذائية وعرضها، وفي مجال التخزين والنقل نجد مرسوم 53/91 السالف الذكر قد نص على مجموعة من الأحكام تحدد شروط النقل والتخزين، من حيث أن تكون المجال وملحقاته ذات سعة كافية وكذا التجهيزات والمعدات المستخدمة والعمال (نرجع للمادة 7)، ويجب أن تكون المحلات كافية التهوية وجيدة الإنارة، وفيما يخص الأغذية سريعة التلف يجب أن تتوفر المحل على تجهيزات ومعدات التبريد (المادة

الفرع الثاني : الالتزام بالمطابقة للمواصفات القياسية

وسوف نتطرق للالتزام بالمطابقة للمواصفات القياسية من خلال تعريف التقييسة (الفرع الأول) وأنواع المواصفات القياسية (الفرع الثاني)

1- تعريف المواصفات القياسية:

[1] فريدة ح، العدد 234 ، المرجع السابق ، ص24.

عرفت المقاييس على أنها الوثائق المرجعية التي تبين خصائص المنتوج أو الخدمة، هدفها الأساسي المطابقة المشروعة للمنتوجات والخدمات، في حين يعدالأمن مظهر لهذه المطابقة، ويعتبر "فورقو وميهولوف" (MIHAILOV) المقياس كوسيلة لأمن المستهلكين.

فالمقياس أو المعايير تحدد خصائص معينة لحماية صحة وأمن المستهلكين.1

كما تحدد المواصفات طرق التغليف والتعبئة والتخزين والنقل للمنتجات المختلفة، ونجد في هذا المجال المرسوم التنفيذي رقم 53.91 المؤرخ في 1991/02/23 يحدد الشروط الصحية عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، وفي مجال الوسم نجد المرسومين التنفيذيين رقم 366/90 و367/90 المتعلقين برسم المنتوجات غير الغذائية وعرضها، وفي مجال التخزين والنقل نجد مرسوم 53/91 السالف الذكر قد نص على مجموعة من الأحكام تحدد شروط النقل والتخزين، من حيث أن تكون المجال وملحقاته ذات سعة كافية وكذا التجهيزات والمعدات المستخدمة والعمال (نرجع للمادة 7)، ويجب أن تكون المحلات كافية التهوية وجيدة الإنارة، وفيما يخص الأغذية سريعة التلف يجب أن تتوفر المحل على تجهيزات ومعدات التبريد (المادة

الفرع الثاني : الالتزام بالمطابقة للمواصفات القياسية

وسوف نتطرق للالتزام بالمطابقة للمواصفات القياسية من خلال تعريف التقييسة (الفرع الأول) وأنواع المواصفات القياسية (الفرع الثاني)

1- :تعريف المواصفات القياسية

عرفت المقاييس على أنها الوثائق المرجعية التي تبين خصائص المنتوج أو الخدمة، هدفها الأساسي المطابقة المشروعة للمنتوجات والخدمات، في حين يعدالأمن مظهر لهذه المطابقة، ويعتبر "فورقو وميهولوف" (MIHAILOV) المقياس كوسيلة لأمن المستهلكين.

فالمقياس أو المعايير تحدد خصائص معينة لحماية صحة وأمن المستهلكين.1

فالمواصفة القياسية عبارة عن وثيقة قانونية متاحة للجميع ومصاغة بالتعاون أو بالاتفاق مع جمع من ذوي المصالح المتأثرة بها، (أجهزة الرقابة، التجارة، المستهلكين...) وتستند إلى النتائج الناتجة عن العلم والترقية والخبرة وتهدف إلى تحقيق المصلحة العامة المثلى.

فالمواصفة القياسية تحدد صفات السلعة أو خصائصها أو مستوى جودتها أو امتداد أبعادها أو متطلبات السلامة فيها وتشمل المصطلحات والرموز وطرق الاختبار وطرق أخذ العينات ووضع بطاقات البيان.

ولعلنا كثيرا ما نتذكر أهمية المواصفات عندما تتهدم بناية أو تنشطر سيارة أو تسقط طائرة أو يدخل السوق منتج مغشوش1...إلخ.

أما فيما يخص التشريع الجزائري فقد نصت المادة 3/2 من قانون رقم 23/89 لنص المادة 3/2 "فالمواصفات القياسية هي الخصائص التقنية أو أية وثيقة أخرى وضعت في متناول الجميع، تم إعدادها بتعاون الأطراف

المعنية وباتفاق منها وهي مبنية على النتائج المشتركة الناجمة عن العلم والتكنولوجيا والخبرة وتهدف إلى توفير المصلحة العليا للأمة في مجملها ويكون مصادق عليها من طرف هيئة معترف بها "كما أقرت في فقرتها الثانية" أن الخصائص التقنية هي الوثيقة التي تحدد الخصائص التقنية المطلوبة لمنتوج ما مثل مستوى الجودة، أو المهارة والأمن والأبعاد والاختبار وطرق الاختبار والتغليف ونظام العلامات أو البطاقات".

وعليه فإن المواصفات القياسية هي جملة من المعطيات والخصائص التقنية وطرق التحليل والتجارب اللازم إجراؤها على المنتوجات قصد التأكد من نوعيتها وجودتها والاطمئنان على تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك.

والمنتوج المطابق للمواصفات يميز بالعلامة (ت ج) (TEDJ)، والتي تعني تقييس جزائري "فما هو التقييس؟

فالتقييس هو النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو اجتماعية الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين.2

وعلامة (ت ج) هي ملك مقصور للمعهد الجزائري للتقييس، وتنشأ أو تلغى بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناءا على اقتراح من هيئة التقييس، وهي غير قابلة للتنازل عنها وغير قابلة للحجز.1

والجذير بالذكر أن المشرع قد وضع قواعد عامة تساعد على حماية المواطن و الاقتصاد الوطني من خلال وضع نظام وطني قانوني للقياسة1، وهذا الاخير يستعمل طبقا لنظام الوحدات الدولي ،وحسب هذا القانون فان أدوات القياس هي التي تساعد بطريقة مباشرة او غيرمباشرة على تطبيق كل المعاملات التجارية ،لاتستعمل هذه الادوات الا بعد اخضاعها للفحوص الدورية من قبل السلطة الادارية ،التي وضعت تدابير وقائية في حالة عدم مطابقتها للنظام القانوني للقياسة.

2-أنواع المواصفات القياسية:

وهناك صنفان من المواصفات في الجزائر، المواصفات الجزائرية ومواصفات المؤسسة.

2-1للمواصفات الجزائرية:

فالمواصفات الجزائرية بالرجوع لنص، المادة 5 هي محل مراجعة إلزامية كل خمس سنوات ، وهي تشمل العناصر التالية :

- وحدات القياس شكل المنتوجات وتركيبها، وأبعادها وخاصياتها الطبيعية والكيماوية ونوعيتها.
- طرق الحساب والاختبار والمعايرة والقياس.
- العلامات وطريقة استعمال المنتوج.
- الأمن والصحة وحماية الحياة.

فهي تشمل المواصفات المصادق عليها والمواصفات المسجلة كما هو مبين في المادة 6.

أ. **المواصفات المصادق عليها** : هي مواصفات ملزمة التطبيق، تقدم كمشروعمن طرف الهيئة المكلفة بالتقييس إلى لجنة توجيه أشغال التقييس، والتي يترأسها الوزير المكلف بالتقييس، وبعد دراسة هذه اللجنة لهذا المشروع والموافقة عليه تتولى الهيئة تبليغه إلى اللجنات التقنية قصد وضعه موضوع التنفيذ، وهذا بعد المصادقة عليه من طرف الوزير المكلف بالتقييس، وينشر قرار المصادقة على المقياس المعتمد في الجريدة الرسمية.

وهناك إستثناءين على مبدأ إلزامية المواصفات المصادق عليها :

. في حالة إيجاد صعوبات في تطبيق المواصفات الجزائرية المصادق عليها، بشرط تقديم طلب على هذه الصعوبة.

. لا يمكن أن تطبق المواصفات المصادق عليها على المنتوجات الموضوعة قبل تاريخ دخول هذه المواصفات حيز التنفيذ أو تكون عائقا في وجهها. (المادة الأولى من المرسوم التنفيذي 132/90 المؤرخ في 1990/01/15 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره).

لكن هاذين الاستثناءين، وإن كان من المرجح أن يلحق ضررا بالصحة والأمن وحماية الحياة والبيئة لا يجوز الترخيص بهما 1[1].

وفيما يخص هذه المواصفات فقد صدرت عدة قرارات نذكر منها :

- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 1997/04/27 يحدد المواصفات التقنية للسكر الأبيض.
- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 1997/05/27 يحدد المواصفات التقنية للسكر المسحوق أو السكر المرطب.
- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 1997/05/31، يتعلق بالمواصفات التقنية للحليب الجاف وشروط وكيفيات عرضه.
- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 1997/05/25 يتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع سميد القمح الصلب وشروط وكيفيات عرضه.

وقد نشرت هذه القرارات في الجريدة الرسمية رقم 55 بتاريخ 20 أوت 1997.

[1]-براق محمد وآخرون، المرجع السابق.

ب . **أما المواصفات المسجلة** : فهي اختيارية التطبيق، ويتم تسجيلها بقرار منالهيئة المكلفة بالتقييس، بعد أخذ رأي اللجان التقنية المعنية، هذه الهيئة تمسك سجل فيه المواصفات الجزائرية حسب ترتيب رقمي، ويذكر فيه على الخصوص : رقم التسجيل وتاريخه وبيان المقياس وتسميته.

2-2 مواصفات المؤسسة

فهي بوجه خاص المنتجات وأساليب الصنع والتجهيزات المصنوعة أو المستعملة داخل المؤسسة نفسها، وعليه فمواصفات المؤسسة تمس خصوصا : المنتوج إجراءات الصنع والآلات المستعملة. وتطبق هذه المواصفات على مجموع وحدات وهياكل ومصالح نفس المؤسسة.

وهي مواصفات توضع أو تعد وتنشر بمبادرة من مديرية المؤسسة المعنية، مع مراعاة التشريع والتنظيم الخاص في مجال التقييس.

ويتم وضع نسخة من مواصفات المؤسسة بصفة إلزامية وبدون مقابل لدى الهيئة المكلفة بالتقييس. هذه الأخيرة تسهر وتراقب مدى مطابقة مواصفات المؤسسة للمواصفات الجزائرية الجاري بها العمل، ويمكن لكل شخص يهمه الأمر أن يطلع عليها مجانا أو استخراج نسخة منها على حسابه الخاص، باستثناء المواصفات ذات الطابع السري.

ويمكن أن تكون مواصفات المؤسسة محل مواصفات مصادق عليها3 أي تعتمد كأنها مقاييس جزائرية، وهذا بعد الموافقة عليها بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناءا على اقتراح من هيئة التقييس.

وهناك إجراءات للحصول على رخصة استعمال العلامة وهي كالتالي :

تقديم طلب مدعم بالمستندات التقنية إلى المعهد الوطني للتقييس (AINOR).

. اختبار المعهد لنوعية المنتجات المرشحة لحمل العلامة.

. تقديم للمعهد طرق ضبط الجودة في المصنع للتأكد من أن الصانع قادر باستمرار على صنع منتجات لها نفس الجودة المتوفرة في العينة النموذجية.

. عقد لجنة العلامة وتسليم الرخصة.

. وضع المعهد لبرنامج مراقبة يضمن محافظة المنتوجات على مستوى الجودة المصرح بها.

ويقوم المعهد بمقتضاه بسابق إعلام أو بدونه، بمراقبة المنتوجات، أو أخذ العينات بهدف اختبارها سواء على سلسلة الإنتاج أو في المستودعات أو في السوق.

. قيام الصانع بوضع العلامة على منتجاته.

العلامة الفردية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعارا لمنتجاته أو بضائعه تمييزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة، وهي من أهم الوسائل التي يلجأ إليها الصانع أو التاجر لتمكين المستهلك من التعرف على سلعة أينما وجدت وضمان عدم تضليل الجمهور وخديعته في أمرها، مما يدفعه إلى بذل أقصى

جهده في تحسين منتجاته وتخفيض تكاليف الإنتاج ليضمن تفوقها ورواجها على مثيلاتها في ميدان المنافسة.

وتعد العلامة التجارية عنصر من عناصر الملكية الصناعية، ويقصد بها امتلاك شيء أو التصرف فيه في نطاق ما يعرف عند أصحاب الملكية الصناعية بالحق الاستئثاري للاستغلال، وهو حق معترف به قانونا والذي يعطي لصاحبه حق الاستعمال والتسويق والاستيراد للموضوع الذي هو محل الملكية، ويمنع على الآخرين استغلاله بدون ترخيص مسبق من صاحب الملكية وإلا اعتبر ذلك الاستعمال غير مشروع.

تستعمل العلامة التجارية على السلع أو بالارتباط مع تسويق السلع، بمعنى أنها لا تستعمل على السلع فحسب، بل حتى على صناديق أو أوراق التغليف عند بيعها وحتى ظهورها في الإعلانات مثل التلفزيون والجرائد.

ولا تستخدم العلامات في تمييز منتجات الصناعة والبضائع المتداولة في التجارة فحسب، بل تستخدم في تمييز المنتجات بوجه عام سواء كانت من عمل صناعي أو استثماري زراعي أو...، بينما هناك علامات تستخدم لا لتمييز المنتجات في حد ذاتها وإنما لتمييز خدمة من الخدمات التي يقدمها أحد الأشخاص، والتفريق بينها وبين الخدمات التي يقدمها أشخاص آخرون، كالعلامات التي تستخدمها مؤسسات الإعلان والدعاية لحساب الغير، ومؤسسات النقل، وغسل الملابس أو كيها أو صياغتها، وتعرف هذه العلامة "بعلامة الخدمة"، وهي من العلامة التجارية التي ذاعت في الوقت الحاضر، ولدينا كمثال آل خليفة للخطوط الجوية.

وقد نظمت العلامة التجارية بموجب أمر رقم 57/66 * وبالرجوع للمادة 2 منه نذكر على سبيل المثال الأشكال التي يمكن أن تكون منها العلامات :

الأسماء المتخذة شكلا مميزا : يجوز أن تتكون العلامة التجارية من اسم التاجر أو الصانع بشرط أن يتخذ هذا الاسم شكلا مميزا، كأن يكتب في شكل دائري أو مربع أو مثلث أو أن يكتب بالخط الكوفي أو الفارسي أو الديواني، ومثال ذلك اسم "فورد Ford" لتمييز نوع السيارات، و"سنجر Singer " لتمييز نوع معين من ماكينات الخياطة، ويجوز استعمال اسم الغير كعلامة بشرط الحصول على رضائه أو رضا ورثته ولدينا في الجزائر علامة حمود بوعلام للمشروبات الغازية[1].

التسميات المبتكرة : يجوز للصانع أو التاجر أن يتخذ تسمية لتمييز منتجاته بشرط أن تكون هذه التسمية مبتكرة مثال ذلك "بالموليف" لتمييز نوع من الصابون وكوكاكولا لتمييز نوع من المشروبات الغازية ولدينا في الجزائر علامة "فنوس Venus" كمنظف للبدن.

[1]-مصدر موقع مديرية التجارة لولاية مستغانم

الحروف والأرقام : يجوز استخدام الحروف كعلامة تجارية سواء في ذلك أكانت هي الحروف الأولى لاسم التاجر أو الحروف الأولى للأسماء التي تدخل في اسم الشركة أو عنوانها أو كانت حروفا أخرى، كما في سجائر LM وسجائر OK، وقد تتكون العلامة من الأرقام كما في سجائر 555 أو 333 وغالبا ما تستخدم الأرقام مقترنة بالحروف والتسميات، ولدينا في الجزائر علامة ENIE للأدوات الكهرومنزلية.

الرسوم والرموز والتصاوير : يجوز أن تتكون العلامة من رسم أو رمز أو صورة شرط أن تكون ذات صفة مميزة للمنتجات عن غيرها، كنجم أو أسد أو جمل أو غزال أو نسر أو صورة بحار أو ترتيب مميز للخطوط والألوان، ويجوز للتاجر أن يتخذ صورته كمركز لتمييز منتجاته، كما يجوز له أن يتخذ صورة أحد مشاهير الرجال في الماضي أو الحاضر علامة تجارية شرط رضاء هذا الشخص أو رضاء ورثته، وكمثال على ذلك لدينا صورة البقرة الضاحكة المرسومة على علب الجبن.

الدمغات والأختام الرسوم البارزة : ويذكر القانون في عداد العلامات الدمغات والأختام والرسوم البارزة، والواقع أن هذه الكلمات لا تعني العلامات في ذاتها بل طرق وضع العلامات على المنتجات، فالعلامات توضع على المنتجات إما بطرق الدمغ أو الختم أو النقش البارز، وإما بلصق بطاقات مطبوعة عليها.

والجدير بالذكر العلامة التجارية لا تكفي أن تتخذ شكلا معينا حتى تتمتع بالحماية القانونية، بل يجب أن تتوفر على شروط معينة هي :

- أن تكون ذات صفة مميزة.
- أن تكون جديدة لم يسبق استعمالها.
- أن تكون مشروعة غير منافسة للنظام العام و الآداب السليمة.

يقصد بالحماية القانونية منع الغير من استخدام علامة تجارية دون ترخيص أو بكل ما من شأنه انتهاك حقوق مالك هذه العلامة، وبالتالي إذا قام شخص أو شركة أو منظمة بذلك فأنه سيتعرض للمسألة القانونية.

ويمكن أن يأخذ انتهاك العلامة التجارية عدة أشكال منها :

1 . استخدام العلامة التجارية نفسها وعلى منتجات تكاد تكون مماثلة للمنتوج الأصلي الذي يحمل نفس العلامة، وذلك دون ترخيص من الجهة المختصة.

2 . تقليد العلامة التجارية تقليدا تجاريا وتقليدا حرفيا واستخدامها على منتجات تختلف في خصائصها على المنتوج الأصلي الذي يحمل نفس العلامة التجارية.

3 . تحريف أو إدخال تعديل طفيف على العلامة التجارية الأصلية، سواء بقصد أو بدون قصد حيث يصعب على المستهلك العادي أن يدرك الفرق بين العلامة التجارية الأصلية والعلامة المحرفة ومن أمثله ذلك " أوشيبا" بدلا من "توشيبا" أو "بنافونيك" بدلا من "باناسونيك".

4 . ومن المألوف بأن العلامة التجارية تستعمل للتمييز بين السلع، مما يؤدي إلى الرقابة على النوعية السلع المباعة تحت علامة معينة، وتتميز خصائصها عن منتجات أخرى مماثلة لها.

ومما سبق توضيحية فالعلامة التجارية دورا هاما في المعاملات التجارية فهي بمثابة الصورة التي نجدها في بطاقات التعريف الخاصة بكل فرد تعبر عن هوية المؤسسات ويتم تصميمها انطلاقا من علامة إبتداعية ناتجة عن دراسة شاملة وكاملة لتاريخ المؤسسة المحتجزة عنها، ثقافتها وتقاليدها.

وعليه فإن إصدار مواصفات فنية قياسية لجميع السلع والخدمات المنتجة محليا أو المستوردة من الخارج هو أمر حيوي لحماية المستهلكين وكذلك لانتظام ونمو المعاملات الاقتصادية.

والملاحظ في الجزائر أن عدد هذه المواصفات القياسية محدودة للغاية بالمقارنة بالدول الأخرى، كما أنه ليس هناك حداثة في هذه المواصفات بصفة مستمرة متماشية مع تطورات التكنولوجيا.

الفرع الثالث:الالتزام بالضمان و الخدمة ما بعد البيع :

يستفيد كل مقتني لاي منتوج سواءا كان جهازا او اداة او الة او عتاد او مركبة او أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون .

يمتد هذا الضمان ايضا الى الخدمات و يجب على متدخل خلال فترة الضمان المحددة و التي تكون قانونيا في حدود ستة اشهر و يمكن ان تتعدها في بعض المنتوجات الاخرى لتصل الى 24 شهرا (انظر الى المدة حسب كل منتوج)و ذلك لعدة اسباب، و في حالة ظهور عيب بالمنتوج فالمتدخل ملزم بتصليح او استبدال المنتوج المعيب على نفقته، اذا استحال ذلك، يمكن للمستهلك رد السلعة و طلب ارجاع الثمن او الاحتفاظ بالسلعة و طلب تعويض جزئي في الاجال المحددة.

وفي نهاية هذا يمكن القول أن المهني ملزم عند تقديمه للمنتوج أو الخدمة، بضمان سلامة وأمن المستهلك ضد كل المخاطر التي قد تلحق به، وعلى المهني في كل الحالات أن يستجيب لرغبات المستهلك المشروعة وأن يزوده بمعلومات دقيقة تخص المنتوج أو الخدمة وذلك وفق المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمه وتميزه.

المبحث الثالث: حماية المستهلك الكترونيا.

مقدمة :

يحتاج المستهلك للحماية القانونية بسبب المخاطر، وقلة الأمان، وكثرة المشاكل عبر الشبكة الإلكترونية، فحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني من أهم وأكثر المواضيع التي تحتاج إلى البحث والتفصيل، بسبب حداثة هذا الموضوع، وما يواكب التعاقد الإلكتروني من تطور علمي بحيث أصبح العالم سوق كبيرة داخل شاشة حاسوب صغيرة، يمكن من خلالها المرور إلى الموقع المراد والإطلاع على شروط الشراء، والتعاقد، والوصول إلى السلعة، أو الخدمة المعينة, ومن جهة أخرى فقد أدى ظهور التكتلات الاقتصادية الكبيرة في السوق الإلكترونية إلى تنبه العديد من الدول للإسراع في وضع تشريعات تقوم على حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني.

المطلب الأول: المفهوم العام لحماية المستهلك الإلكتروني.

تكمن أهمية توفير الحماية للمستهلك لأنه الطرف الضعيف في التعاقد بينما المهنيون في مركز القوة في مواجهة المستهلكين ، وأيضا لأنه في المعاملات الإلكترونية يكون التعاقد عن بعد ولا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك, ونظراً للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ولوقاية المستهلك من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات ولوقايته من شر الوقوع ضحية لنزعته الاستهلاكية ، لذلك وجب على القانون أن يتعرض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لاستخراج الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بما يرفع ضرر والخطر عن المستهلك ، وليس ذلك على المستوي الوطني فقط بل أن المعاملات الإلكترونية ولأنها في الغالب تكون معاملات دولية تتم عن طريق شبكة المعلومات الدولية الإنترنت لا تعرف الحدود ومن ثم فهي تمتد لتشمل كافة أرجاء المعمورة مما يستدعي توحيد النظام القانوني الدولي بهدف التنسيق بين المراكز القانونية للمتعاقدين واتساع نطاق الحماية القانونية للمستهلك ، ومن هنا تظهر أهمية التعريف بالمستهلك والعملية الاستهلاكية قبل أن نبين ما هي الضمانات الواجب توفيرها له[1].

1-المستهلك الإلكتروني: هو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء و إيجار وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء وإصلاحها.

وتعدّ العقود الإلكترونية عقودًا دولية، عابرة للحدود، ولا تدخل ضمن حدود دولة معينة، وتكون تجارية، أو مدنية، أو مختلطة وفق طبيعة كل عقد، والعلاقة التي تربط أطراف العقد.

[1] خالد ممدوح , حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ,موقع د/ خالد ممدوح على كنانة أون لاين 2010م.

وفي انعقاد العقد الإلكتروني يجب أن يكون الإيجاب واضحاً مبيناً فيه العناصر الأساسية كافة حتى يكون القابل على بينة من أمره، لهذا حرص المشرع على توفير القدر الكافي من حماية المعاملات الإلكترونية، بسبب جهل كل طرف بمن يتعامل معه فالصورة المعروضة على شاشة الكمبيوتر يجب أن تعكس الوضع الحقيقي للبضائع دون غموض، أو نقص، ويجب أن يكون القبول الإلكتروني واضحا، وصريحاً، ولا يعد السكوت قبولاً في التعاقد الإلكتروني.

وبما أن الكتابة بحاجة إلى توقيع أطرافها للدلالة على موافقتهم على مضمونها، فإن التوقيع على المحررات الإلكترونية ذو أشكال عدة، ترجع إلى طبيعته، وكونه يتم عبر وسائل الكترونية، ومن هذه الأشكال التوقيع البيومتري، والرقمي، والتوقيع بالقلم الإلكتروني، وغير ذلك. ومنح الحجية للتوقيع الإلكتروني ذو ارتباط وثيق بدرجة الأمان المتوفرة فيه بين ذوي الشأن؛ لهذا سعي كثير من التشريعات إلى فرض شروط معينة على التوقيع الإلكتروني، لمنحه الحجية في الإثبات وكان هناك تقارب بين هذه القوانين في شروطها.

2-مبررات حماية المستهلك الإلكتروني.

تتلخص في افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني، وحاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية، في وسائل التسوق والاتصال، أضف إلى ذلك مدى تأثير التطور الحديث في شبكة الإنترنت على المستهلك وهو ما سنبينه فيما يلي:

2-1-التطور الحديث في شبكة الإنترنت:

عندما أصبحت أجهزة الحاسوب أكثرة قوة في أواخر الثمانينيات زاد استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة، وبالرغم من أن هذه الشبكات كانت تتضمن برامج البريد الإلكتروني الذي يستطيع المستخدمون استخدامه في إرسال رسائل كل منهم للآخر إلا أن هذه الشركات عملت على أن يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة شركتها، ففي أوائل التسعينيات ظهر ما يسمى بشبكة الإنترنت، وظهرت العديد من التقنيات. والأدوات والوسائل التي أسهمت في تطوير هذه الشبكة[1].

ولذلك فإن شبكة الإنترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، وتتألف من الآلاف من أجهزة الحاسوب المتصلة معًا بشبكة الإنترنت، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة.

ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعًا علميًا يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية[2]،

---

[1] طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية _المفاهيم – التجارب – التحديات – الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية .الطبعة الأولى. مصر: الدار الجامعية. 2003 ص 36.

[2] بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت .الطبعة الأولى. الأردن: عالم الكتب الحديث. 2004 . ص 10 وما بعدها.

غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يتجسد في قهر المستهلك بطريقة تبدو عدائية، مما ينبغي أن يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة، الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت مقارنة بالبيع الذي يتم في موطن ومحل إقامة المستهلك ويتمثل ذلك في عدم قدرة المستهلك على معاينة المبيع بطريقة حقيقية، أو الالتقاء مع المزود في مجلس عقدي تقليدي.

2-2-حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية:

يؤدي افتقار المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية جعله عاجزًا عن التفاعل مع المواقع التجارية عبر شبكة الإنترنت ، والمقصود عدم اكتراث المستهلك بالمواقع التجارية عبر شبكة الإنترنت بسبب قلة الحاجة لهذه المواقع. ولكن مع التطور الحاصل أصبح لهذه المواقع أهمية كبيرة، بحيث أخذت تحتوي على العديد من الأشكال الأنواع منها: الخدمات العقارية والسياحية والمصرفية والتأمين وبيع تذاكر الطائرات والفنادق وغيرها من الخدمات المهمة.

فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية، وبالتالي زيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع، وفي هذا السياق فإنه لا توجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية. فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح.

3-2-افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التقني.

تعتبر شبكة الإنترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فهذه الشبكة تمثل صالة عرض لكافة المنتجات والخدمات، فالبريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت والتفاعل المباشر تتلخص جمعيها في هدف واحد ألا وهو عرض أنواعًا متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك، والتعاقد معه من خلالها[(1)] , فقدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الإنترنت تسهل عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدها، وهنا يجب أن نفرق بين ما يسمى إعلام المستهلك والذي هو من حقوق المستهلك وهو ما سأتناوله في الفصول القادمة وبين معرفة المستهلك المعلوماتية بشبكة الإنترنت، والتي تمثل حد أدنى من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات والمنتجات، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك عن التعامل مع جهاز الحاسوب وشبكة الإنترنت .

[1] أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني .مرجع السابق. ص 108

فافتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الإنترنت، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة[1]، ويتمثل ذلك من خلال ما يواجه المستهلك منعدم معرفته لما يحصل أمامه في قراصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي.

لذا فإن حاجة المستهلك إلى الحماية في التعاقد الإلكتروني تنبع أيضًا من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية، والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية[2].

المطلب الثاني: أهمية مواقع لحماية المستهلك الإلكترونية.

يحتاج المستهلك إلى الحماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي، وتنبع أهمية توفير حماية المستهلك من أنه يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، فالرغبة في الربح السريع دفعت العديد من التجار والمنتجين، ومقدمي الخدمات لإتباع أساليب غير مشروعة للإثراء السريع باستخدام وسائل الغش والخداع المختلفة، وبعد اتساع مستخدمي الإنترنت في العالم، بدأ يتبلور مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات شبكة الإنترنت التي تستطيع الوصول إلى كل مكان، وتمارس تأثيرًا يتجاوز أحيانًا الأدوات التقليدية في الواقع.

ومن ناحية أخرى فقد بدأ مفهوم الحماية الإلكترونية في التبلور، خاصة بعد اتساع مستخدمي الإنترنت في العالم، وهو ما يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال أو شراء بضائع مغشوشة باستخدام أدوات الويب التي تستطيع الوصول لكل مكان وتمارس تأثيراً يتجاوز أحياناً الأدوات التقليدية.[3]

وقد ظهرت مواقع عديدة خاصة في الدول الغربية ترفع صوت المستهلك في مواجهة الغش التجاري بجميع أشكاله، كما بدأ تدشين بعض المواقع العربية على الإنترنت لحماية المستهلك العربي وتعريفه بحقوقه الاستهلاكية التي من أبرزها سلامة المنتج، والحق في الاختيار، وأن يستمع إليه البائع، وكذلك أن يعلم بأي عيوب في السلعة، بالإضافة إلى الحق في التوعية، والتعويض عن الأضرار التي يتعرض لها المستهلك.

ولقد أصبحت هذه المواقع، التي بعضها مجاني وأخرى تقدم خدمة بمقابل، منبراً مهماً للمستهلك لإبداء رأيه وإعطاء فرصة للآخرين للمشاركة في خبراتهم عن المنشآت التجارية التي يتسوقون منها، وإعطاء النصيحة للمستهلك فيما يخص مع من يتعامل؟ وكيف تنتقي مقدم السلعة قبل السلعة نفسها؟ وما مدى رضا الزبائن

---

[1] بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت .مرجع سابق. ص 16 وما بعدها.

[2] حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في مصر بالمقارنة مع أوضاع الحماية في دول السوق الأوروبية والشرق الأوسط .الطبعة الأولى. مصر: دار الفكر. 1996 . ص 13

[3] look at: http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1177156124044&pagename=Zone-Arabic-Namah%2FNMALayout

السابقين؟ وكذلك تقييمات مستهلكي بعض الأسواق وإمكانية الاطلاع على أرشيف يضم الشكاوى السابقة والمراسلة من قبل المستهلكين.

وتقوم مواقع حماية المستهلك بتقديم هذه الخدمات من خلال منتديات لتبادل الخبرات أون لاين، والقيام بعرض قصص واقعية لتجارب المشترين مع السلع الرديئة، وتحديث مستمر لنشرات إخبارية تتضمن حوادث الغش التجاري وتفاصيل القضايا الحديثة مدعمة بآراء الخبراء والمتخصصين.

وتوفر هذه المواقع أيضاً خدمة استقبال الشكاوى عبر البريد الإلكتروني من خلال ما يسمى مركز الشكاوى، كما تفرد بعض الصفحات التي تحتوي على المعلومات التي تساعد المستهلك على تجنب الوقوع في حالة احتيال أو غش[(1)].

ومن ناحية أخرى فقد أتاح انتشار خدمة الإنترنت وزيادة عدد مستخدميها في مصر على أن تصبح إحدى آليات الضغط لحماية المستهلك، وزيادة الوعي بحماية حقوق المستهلكين[2].

---

[1] سامى عبد العزيز ,المعالجة الصحفية لقضية حماية المستهلك المصري ".مرجع سابق.

[2] عبد الفتاح حجازي، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية ص 26.

خاتمة الفصل:

نستنتج مما سبق ان الدولة الجزائرية على غرار باقي دول العالم تولي اهمية بموضوع حماية المستهلك و لهذا قامت و على عدة مراحل بتحيين ترسانتهاالقانونية المتعلقة بحماية المستهلك و هذا حرصا منها على الحفاظ على سلامته و حماية قدرته الشرائية و بالتالي القضاء على كل المظاهر السلبية التي تؤثر على المنتوج و التلاعب بمصالح المستهلكين الامر الذي يؤدي الى المحافظة على الاستقرار الاقتصاد الوطني المستهلك، كما أنها أصبحت تسن بعض القوانين لمواجهة الجرائم المترتبة عن استعمال شبكة الانترنيت بعدما أصبحت النصوص القانونية التقليدية غير قادرة على الوقوف امامها. الأمر.

ولقد صاحب هذا التطور تزايدا ملحوظا في الاعتماد على نظم المعلومات والتكنولوجيا القائمة على الحاسوب والبرامج التشغيلية والتطبيقية التي أتيحت للاستعمال بين الأفراد العاديين على مستوى معظم دول العالم المتقدم, وبعض الدول النامية لأداء الخدمات المتطلبة والتي لم تتوافر إلا من خلال البرامج المتطورة كوسائل رئيسة, ولن تستمر مسيرة هذا التقدم الكبير إلا بتوفير الحماية القانونية لها, حفاظاً على الجهد المبذول مالياً وفكرياً في إعداد هذه البرامج وإنتاجها للإفادة والاستفادة من ثمارها, بلا إفراط أو تفريط, في الحفاظ على الحقوق المتعلقة بها. وكان من الطبيعي أن يصحب هذا التطور العلمي ارتكاب بعض أنماط الجرائم التقليدية أو المستحدثة اعتمادا على هذا التطور ولذلك فأننا نصبح بحاجة ماسة إلى وضع نظام تشريعي يؤمن حمايتها من أي تهديد.

المبحث الأول: لمحة عن مديرية التجارة لولاية مستغانم

المطلب الأول: الهيكل التنظيمي المديرية الولائية للتجارة

تمهيد:

قبل التطرق الى التعربف بمديرية التجارة خلال هذا البحث نتكلم على تطور مراحل المراقبة مند الاستقلال حيث انشات مصلحة على مستوى وزارة الفلاحة تقوم بمراقبة الجودة و قمع الغش للمواد الفلاحية النباتية و الحيوانية و هذا طبقا لاحكام و القوانين الصادرة سنة 1966 و المتضمنة للقانون الجبائي و القانون المتعلق بالعلامة التجارية، وكان في ذلك الوقت محاولة الحرص بصفة عامة على الاقتصاد الوطني و المستهلك مع مراعاة حقوقه و سلامتهو كذا تماشيا و التطورات الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية لاسيما منها التفتح على العالم بتحرير السوق و رفع الاحتكار على التجارة الخارجية و اعطاء فرصة للخواص بالاستيراد و التصدير و الانتاج و التصنيع.

و بعدها تحولت مصالح المراقبة الى وزارة مستقلة تسمى وزارة التجارة و صدرت عدة نصوص قانونية جديدة لتنظيم القطاع كقانون 02/89 المتعلق بالقواعد العمة لحماية المستهلك و تم تعديله بقوانين **جديدة** تتعلق بحماية المستهلك في جميع المجالات

***تنظيم المصالح** : يحتوي تنظيم المديرية الولائية للتجارة على 05 مصالح :

- مصلحة الإدارة و الوسائل.
- مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش.
- مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي.
- مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
- مصلحة المنازعات و الشؤون القانونية.

***تنظيم المكاتب** : تتشكل كل مصلحة من ثلاث مكاتب و هي :

1- مصلحة الإدارة و الوسائل و تضم :

***مكتب المستخدمين و التكوين:** متابعة المسار المهني للموظفين واقتراح برامج تكوين و تحسين المستوى.

***مكتب الميزانية و الوسائل** : التكفل بأجور الموظفين ، تسيير النفقات و جرد العتاد و الممتلكات .

***مكتب التوثيق و الأرشيف و الإعلام الآلي:** تنظيم و تسيير الرصيد الوثائقي و الأرشيف.

2- مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش و تضم:

***المكتب المكلف مراقبة المنتوجات الغذائية** : تتمثل مهام هذا المكتب في مراقبة و فتح تحقيقات حول أنشطة المواد الغذائية .

***المكتب المكلف مراقبة المنتوجات الصناعية و الخدمات** : تتمثل مهام هذا المكتب في مراقبة و فتح تحقيقات حول أنشطة المواد الصناعية .

***المكتب المكلف بترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجمعوية** : توعية و تحسيس المستهلكين و المهنيين بالتنسيق مع جمعياتهم .

3- مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي و تضم :

***مكتب ملاحظة السوق والإحصائيات:** متابعة أسعار السوق يوميا ومتابعة التموين كذلك الإشراف على معاينة السلع يوميا في إطار صندوق تعويض تكاليف النقل.

***مكتب تنظيم السوق والمهن المقننة:** الإشراف على تنظيم الأسواق ومتابعة المهن المقننة.

***مكتب ترقية التجارة الخارجية و أسواق المنفعة العمومية:** متابعة النشاطات المرتبطة بالتجارة الخارجية على المستوى المحلي وكذلك إنجاز الحصائل الخاصة بالاستيراد والتصدير ومتابعة ملف المقايضة.

4- مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة و تضم :

***مكتب مراقبة الممارسات التجارية:** تطبيق محتوى القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم المتعلق بالممارسات التجارية.

***مكتب مراقبة الممارسات المضادة للمنافسة:** دراسة وضعية الأسواق بصفة عامة لمدى شفافية الممارسات التجارية والمنافسة الشرعية.

***مكتب التحقيقات المتخصصة:** القيام بتحقيقات في الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

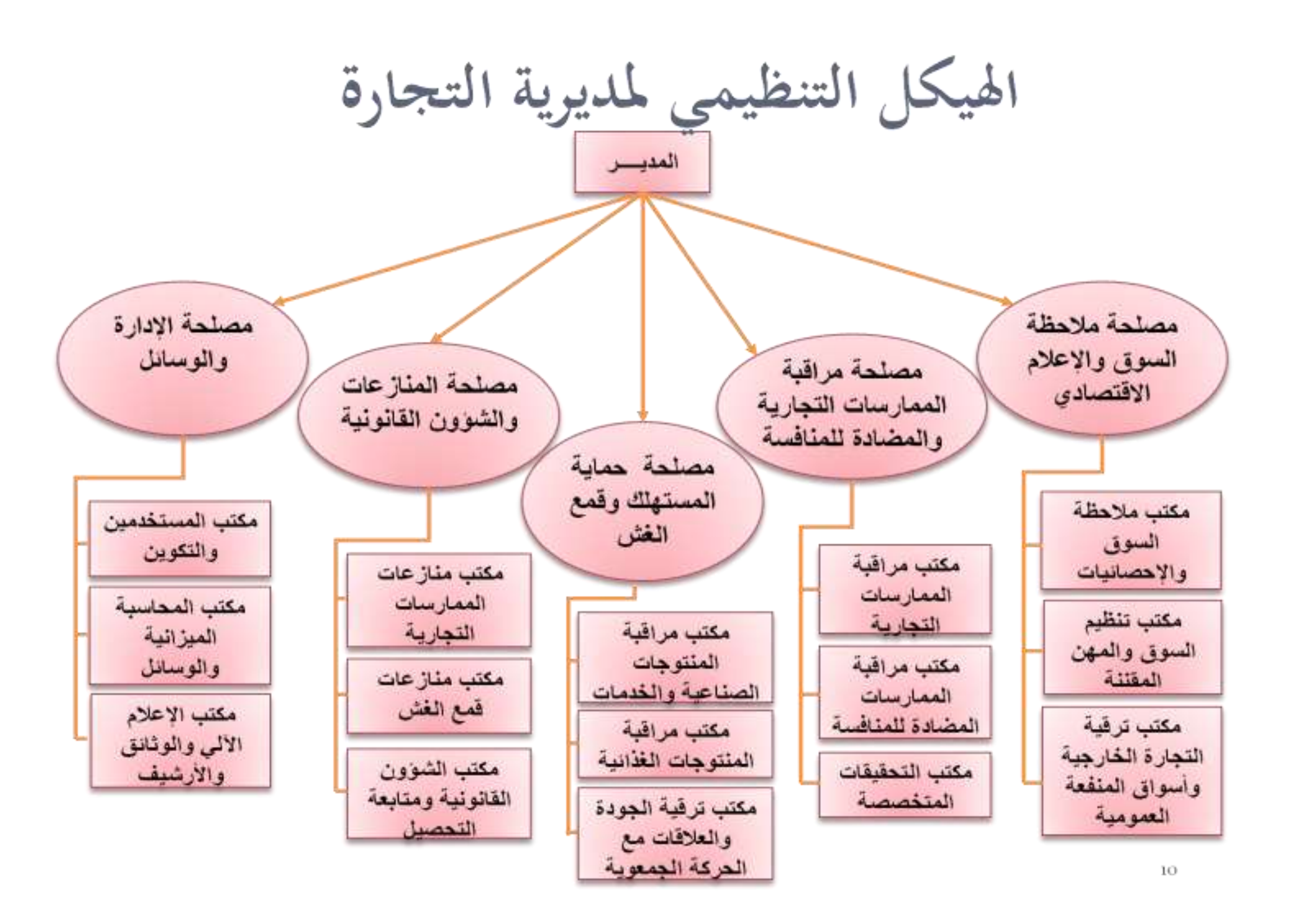
5- مصلحة المنازعات والشؤون القانونية وتضم:

مكتب منازعات الممارسات التجارية: تسجيل المحاضر والتسوية الإدارية والإحالة على العدالة.

مكتب منازعات قمع الغش: تسجيل المحاضر والتسوية الإدارية والإحالة على العدالة محاضر الغلق والفتح وإعداد حصيلة قمع الغش.

مكتب الشؤون القانونية ومتابعة التحصيل: تحصيل الأحكام وتسديد الغرامات.

الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة
لولاية مستغانم



المطلب الثاني:الموارد البشرية ومهام المديرية

1-الموارد البشرية:

تمهيد:

تتشكل مديرية التجارة لولاية مستغانم من أعوان مختصين في المراقبة يشرف عليهم مجموعة من الإطارات ذوي المستوى الجامعي (مهندسين في عدة تخصصات علمية وتكنولوجية، حاملي شهادة ليسانس في الحقوق، العلوم التجارية، المالية، الخ) بنسبة تأطير عالية.

- العدد الإجمالي للموظفين: **192** موظف إلى غاية 2017/12/31 موزعين كما يلي:
  - عدد الموظفين الدائمين: **157**
  - عدد الموظفين المؤقتين (عن طريق التعاقد) : **28**
  - عدد الموظفين في إطار جهاز إدماج الشباب: **02**

-تطور عدد المستخدمين خلال السنوات الأخيرة

السنوات	أسلاك تقنية	أسلاك مشتركة	المتعاقدين	المجموع
2010	66	22	9	97
2011	80	23	9	112
2012	115	26	15	156
2013	127	33	28	188
2014	131	32	27	190
2015	129	35	28	192
2016	124	33	28	185
2017	119	31	26	178

يتوزع هؤلاء الأعوان على مستوى المديرية و المفتشيات الإقليمية الأربعة و مفتشيتي الحدود بالميناء و الميناء الجاف،كما تتوفر المديرية على **12 سيارة إدارية**، إلا أن عدد السائقين غير كاف (05 سائقين).

تضم المديرية الولائية للتجارة أيضا ستة (06) مفتشيات: (02 حدودية و 04 إقليمية) موزعة كما يلي:

- المفتشية الإقليمية لدائرة عين تادلس، دخلت حيز الخدمة 2010.
- المفتشية الإقليمية لدائرة بوقيرات،دخلت حيز الخدمة 1996.
- المفتشية الإقليمية لدائرة سيدي علي، دخلت حيز الخدمة 1997.
- المفتشية الإقليمية لدائرة عشعاشة،دخلت حيز الخدمة2010.

✍ مفتشية الحدود بميناء مستغانم.

- تتمثل مهمة المفتشيتين الحدوديتين في مراقبة مطابقة السلع والمواد المستوردة لمعايير الجودة المعمول بها.
- تقوم المفتشيات الإقليمية بمهمة المراقبة على مستوى الدوائر.

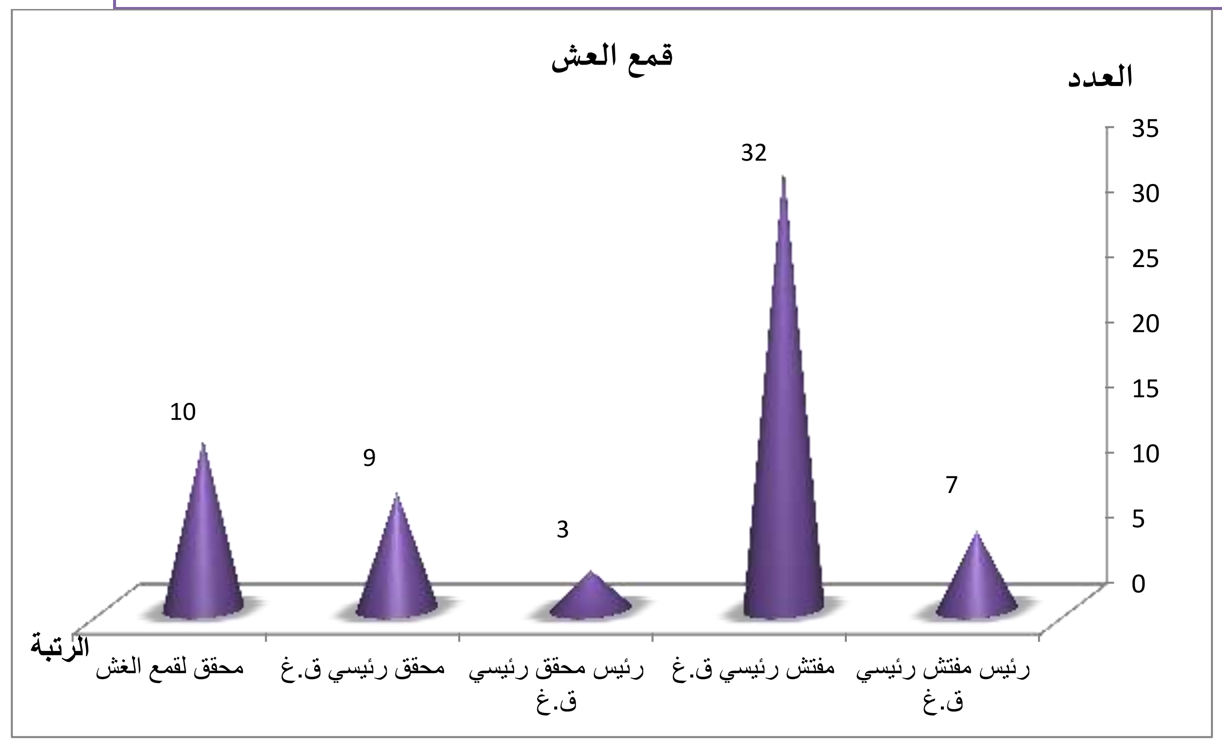
لقد تم إنشاء هذه الهياكل بغرض تعزيز عملية المراقبة وتحسين الخدمات الجوارية للمواطنين.

توزيع الأعوان حسب الأسلاك:

1. الأسلاك الخاصة:

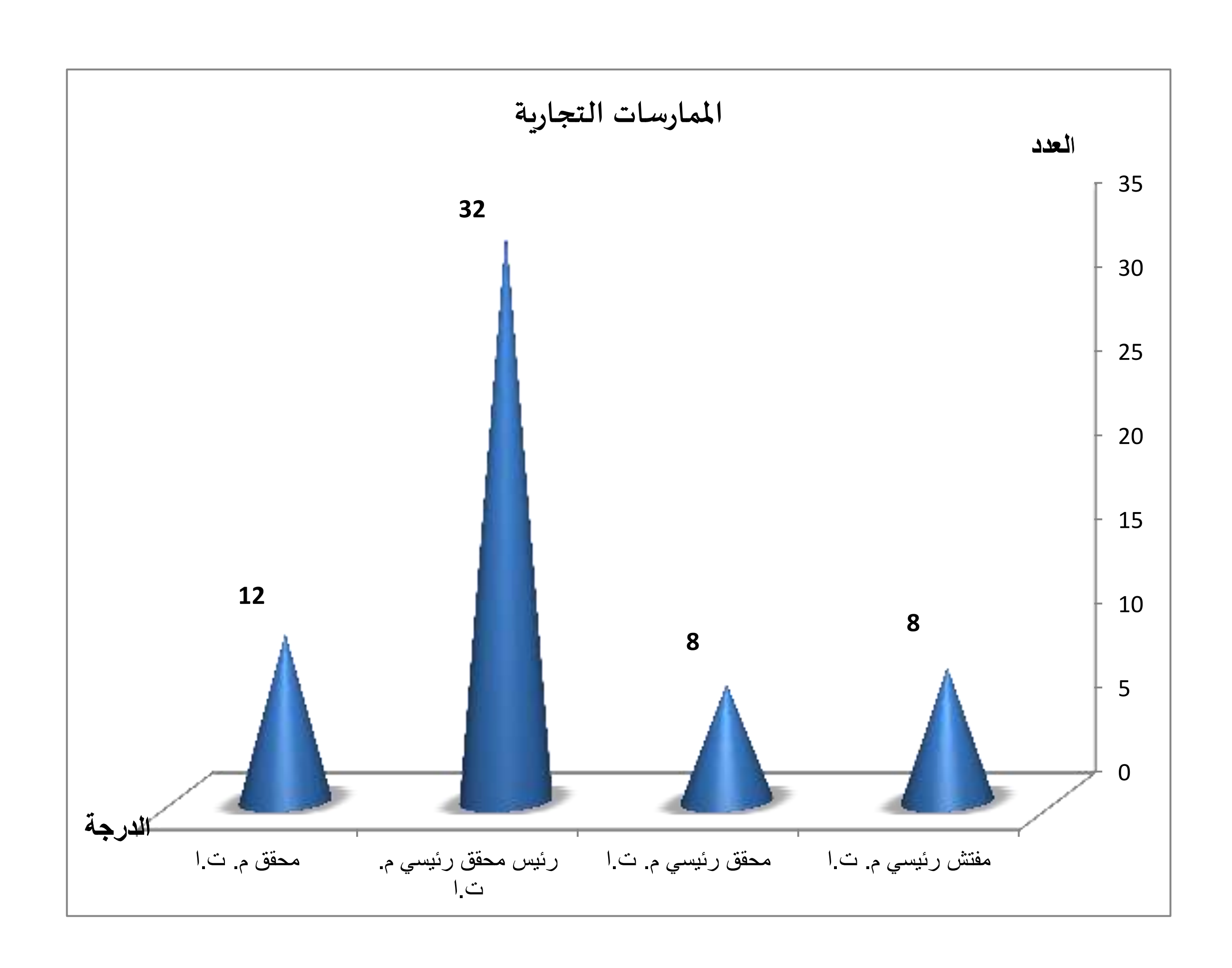
1- شعبة حماية المستهلك و قمع الغش:

الدرجة	العدد
رئيس مفتش رئيسي لقمع الغش	07
مفتش رئيسي لقمع الغش	32
رئيس محقق رئيسي لقمع الغش	03
محقق رئيسي لقمع الغش	09
محقق لقمع الغش	10
المجموع	**61**



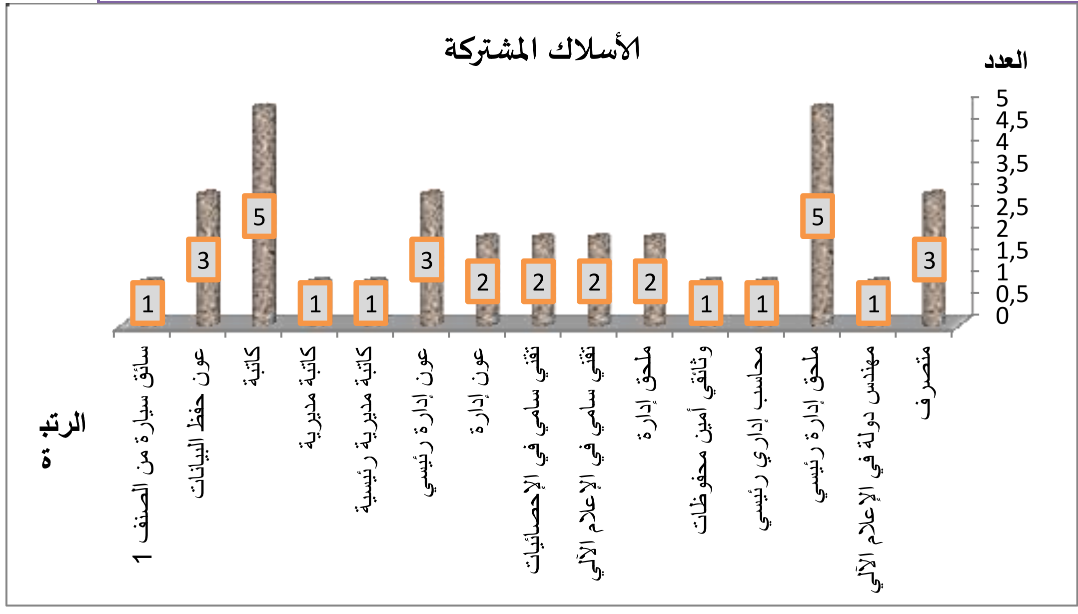
2- شعبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة:

الدرجة	العدد
مفتش رئيسي للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية	08
محقق رئيسي للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية	08
رئيس محقق رئيسي للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية	32
محقق للمنافسة و التحقيقات الاقتصادية	12
المجموع	60



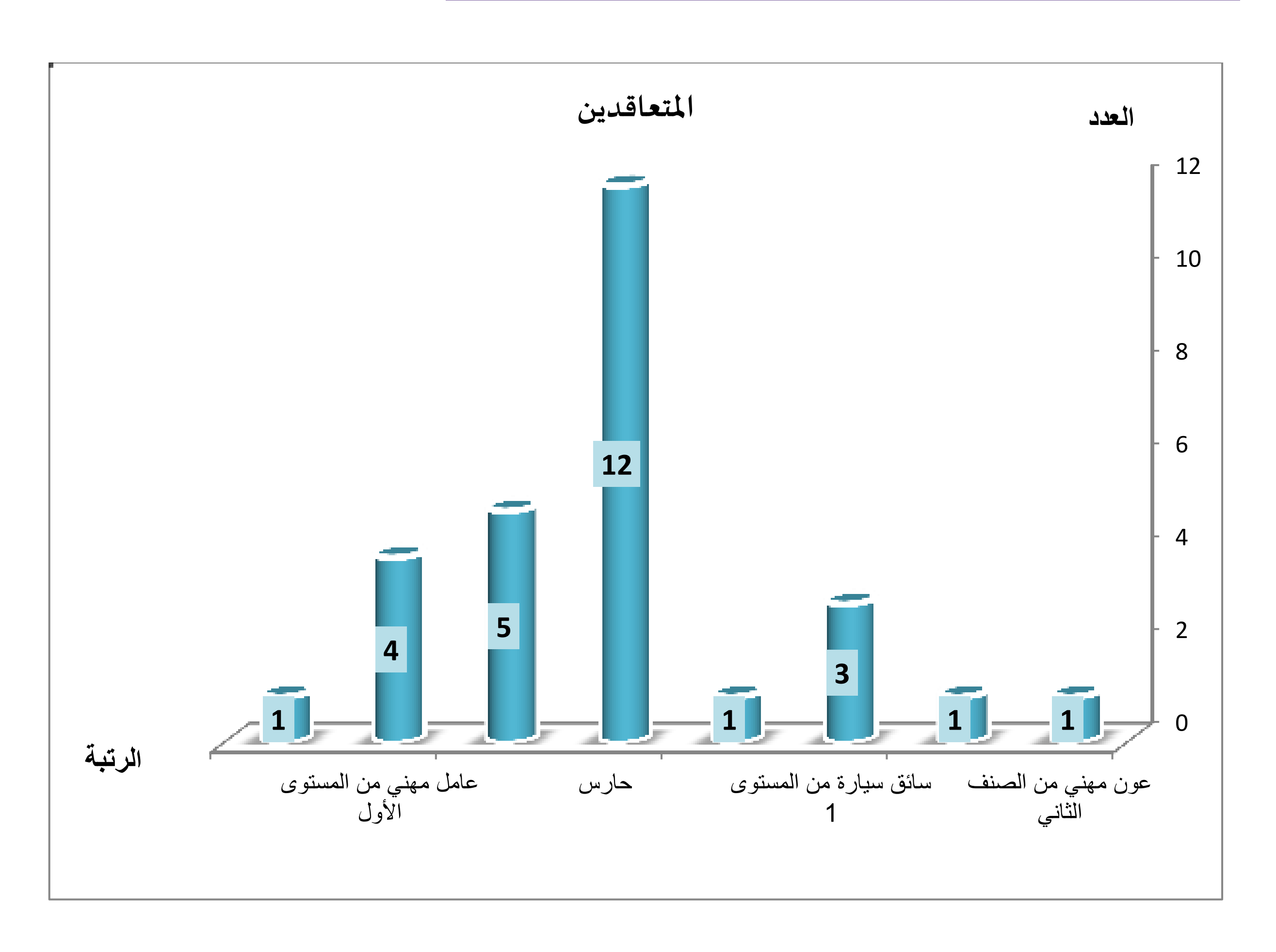
2-شعبة الأسلاك المشتركة:

الرتبة	العدد
متصرف محلل	02
متصرف	01
مهندس دولة في الإعلام الآلي	/
مساعد مهندس دولة في الإعلام الآلي مستوى 01	02
مساعد متصرف	03
ملحق إدارة رئيسي	03
وثائقي أمين محفوظات	01
ملحق إدارة	02
مساعد مهندس في الإحصائيات مستوى 01	02
عون إدارة	02
عون إدارة رئيسي	01
كاتبة مديرية رئيسية	01
كاتبة مديرية	01
كاتبة	06
عون حفظ البيانات	02
المجموع	**28**



3- **المتعاقدين:**

الرتبة	العدد
عون مهني من الصنف الثاني	01
سائق سيارة من المستوى 2	01
سائق سيارة صنف 1	01
عون الوقاية من المستوى الأول	01
حارس	12
عامل مهني من المستوى الأول توقيت جزئي	05
عامل مهني من المستوى الأول توقيت كامل	04
عون الخدمة من المستوى الأول	01
المجموع	26



2- مهام مديرية التجارة:

تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة حسب المرسوم التنفيذي 11-09 المؤرخ في 20 يناير 2011 في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

وتكلف بهذه الصفة بما يأتي:

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش.
- المساهمة في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام.
- اقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بممارسة وتنظيم المهن المقننة.
- اقتراح كل التدابير التي تهدف إلى تحسين ظروف إنشاء وإقامة وممارسة النشاطات التجارية والمهنية.
- المساهمة في تطوير وتنشيط كل منظمة أو جمعية التي يكون موضوعها ذا صلة بصلاحياتها.
- وضع حيز التنفيذ كل نظام محدد من طرف الإدارة المركزية في مجال تأطير وترقية الصادرات.
- تنسيق وتنشيط نشاطات الهياكل والفضاءات الوسيطة ذات المهام المتصلة بترقية التبادلات التجارية الخارجية.
- المساهمة في إعداد نظام معلوماتي متعلق بالمبادلات التجارية الخارجية.
- وضع حيز التنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش واقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة.
- ضمان تنفيذ براج النشاط ما بين القطاعات بالتعاون مع الهياكل المعنية.
- التكفل بمتابعة المنازعات المرتبطة بنشاطاتها.

و يشمل نشاط المديرية جميع القطاعات الاقتصادية:

- المنتجين.
- المتعاملين في التصدير والاستيراد.
- المتعاملين في تجارة الجملة.
- التجار بالتجزئة.
- المتعاملين في مجال الخدمات.

المطلب الثالث : الهياكل التجارية التابعة لولاية مستغانم

نظرا للتطور الذي يشهده الاقتصاد الوطني ومواكبة مسار التنمية الاقتصادية التي انطلقت عبر المخططات المتعددة المسطرة من طرف الدولة عمدت وزارة التجارة على تكييف و عصرنة مقراتها الإدارية عبر أرجاء الوطن وعليه فقد خصصت من ميزانية القطاع مبلغا ماليا لانجاز مقر جديد للمديرية الولائية للتجارة لولاية مستغانم التي وصلت بها نسبة الأشغال **100%**. وبهدف تحقيق مهام الرقابة على أكمل وجه، تدعمت المديرية بمشروع انجاز مخبر لمراقبة الجودة وقمع الغش حيث وصلت نسبة الانجاز به **100 %** بالإضافة إلى مشروع دراسة وانجاز أربع (04) مفتشيات إقليمية التي لم تنطلق بها الأشغال بعد، باستثناء مفتشية عين تادلس (نسبة تقدم الأشغال **100 %**).

عنوان العملية	سنة التسجيل	البرنامج	مبلغ رخصة الإنجاز	نسبة الإنجاز	نسبة استهلاك قروض الدفع	الملاحظة
إنجاز و تجهيز مخبر مراقبة النوعية - خروبة -	2013	م خ د ن إ 2014-2010	120.000.000	% 100	- دراسة: 19.15 % - إنجاز : 31.56 %	- دراسة منتهية - استلام مؤقت للمشروع 2015/12/02
إنجاز و تجهيز مقر مديرية التجارة مع سكن وظيفي - خروبة -	2012	م خ د ن إ 2014-2010	110.000.000	% 100	% 68.41	- دراسة منتهية - استلام مؤقت للمشروع 2015/09/28
دراسة، إنجاز وتجهيز مقر المفتشية الإقليمية للتجارة- عين تادلس-	2012	م خ د ن إ 2014-2010	30.000.000	% 100	% 69.15	- دراسة منتهية - استلام مؤقت للمشروع 2016/01/05
دراسة، إنجاز و تجهيز مقر المفتشية الإقليمية للتجارة- سيدي علي-	2012	م خ د ن إ 2014-2010	30.000.000	/	% 1.35	/
دراسة ، إنجاز وتجهيز مقر المفتشية الإقليمية للتجارة – بوقيرات -	2012	م خ د ن إ 2014-2010	30.000.000	/	% 1.60	/
دراسة ، إنجاز وتجهيز مقر المفتشية الإقليمية للتجارة - عشعاشة	2012	م خ د ن إ 2014-2010	30.000.000	/	% 3.26	/

بالنسبة للمقر القديم للمديرية، وضعيته القانونية: ملك الولاية

- **عدد المكاتب:** 52 مكتب متوسط استيعاب المكتب: ثلاثة (03) أشخاص. تاريخ استغلاله: سنة 1990

وتم استغلال المقر الجديد للمديرية شهر جويلية 2016. والمفتشية الإقليمية لعين تادلس شهر فيفري 2017.

1- تقديم قطاع التجارة للولاية:

حسب الإحصائيات الخاصة بسنة 2017 يتميز قطاع التجارة بولاية مستغانم بنشاطات البيع بالتجزئة والخدمات التي تشكل حوالي 81 % من مجمل المسجلين في السجل التجاري ، وهذا يرجع أساسا للطابع الريفي للولاية حيث يبلغ عدد دواويرها أكثر من 750 دوار. هذا التوزع السكاني لا يشجع على تطور نشاطات التجارة الخارجية أو التجارة بالجملة.

كما تتوفر مستغانم على ميناء تجاري يحتوي على كل المنشئات الضرورية للتجارة الخارجية. حيث يستقبل الميناء كم هائل من البضائع المستوردة. يقدر عدد المتعاملين الاقتصاديين بالولاية الناشطين في التصدير والاستيراد بأكثر من 500 متعامل. يضاف لهذا ميناء الصيد الذي يوفر حاجيات الجهة من المنتجات البحرية.

يتميز اقتصاد الولاية بالصناعات الغذائية، مواد البناء، الكوابل، المنتوجات الكيمياوية والتبغ والكبريت. وتتوزع هذه النشاطات على المناطق الصناعية المتوزعة عبر تراب الولاية (بلديات صيادة، ماسرة، فرناكة، عين تادلس، بوقيرات، سيدي علي، خضرة، وادي الخير وخيرالدين).

و يبلغ العدد الكلي للتجار الناشطين بالولاية 35.630 يتوزعون كما يلي:

المنتجين	4988
المتعاملين في تجارة الجملة	843
المتعاملين في التصدير والاستيراد	276
التجار بالتجزئة	16836
المتعاملين في مجال الخدمات	11796

و قد عرف قطاع التجارة في سنة 2017 قفزة نوعية على مستويات متعددة من خلال رعاية الأولويات الملحة التي فرضها واقع السوق التجارية على مستوى الولاية والوطن وتطلعات المتدخلين في القطاع من اجل الارتقاء بمستوى الحياة التجارية إلى مستوى مقبول من ناحية أنماط التسيير وترقية الممارسة التجارية والاتصالية وذلك من اجل تبسيط الإجراءات الإدارية وتحسينها .

كما أن رهان التنافسية ،النزاهة و محاربة كل أنواع الغش ، اقتضى على مديرية التجارة لولاية مستغانم إعداد برنامج عمل لسنة 2016 يتماشى مع توجهات الوزارة وخصوصيات الولاية مع الأخذ بعين الاعتبار كل المعطيات السالفة الذكر.

إن الحصيلة المحققة خلال هذه السنة تظهر التكفل الجيد بالمحاور الرئيسية لبرنامج العمل المسطر الذي يعتبر من الأولويات التي عملنا على تجسيدها في الميدان و تجسيدا للتعليمة الوزارية المشتركة بين وزارة التجارة و وزارة الداخلية والمتعلقة بإزالة الأسواق الموازية من خلال مقاربة استيعابية جديدة للتجار غير الشرعيين كانت حصيلة هذه العملية جد ايجابية حيث فإن عملية الإحصاء وإعادة نشر التجار غير الشرعيين تبقى متواصلة، حيث وصل عدد التجار غير الشرعيين بالولاية (2415) تاجر يتوزعون على 41 فضاء تم إخلاء حوالي 95 % من الفضاءات غير الرسمية واستفاد من مقرارات التعيين بالمحلات 2104 تاجر ويبقي 311 تاجر ينشطون على مستوى مدينة مستغانم في بيع المجوهرات ومنتجات العطارة ومواد التجميل وكذا معدات المهاتفة، الذين سيتم تحويلهم إلى السوق التي سيتم تهيئتها (مقر سونيتاكس سابقا بوسط المدينة .

كما أن العمل للسنة الثالثة بأحكام القانون 06/13 المعدل و المتمم للقانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المحدد للآلية و عقوبة عدم مداومة التجار في بعض النشاطات المتعلقة بالمواد الواسعة الاستهلاك خلال العطل و المناسبات و الأعياد مكن مصالح المديرية من تنظيم و ضبط السوق للقضاء على ظاهرة غلق المحلات مع توفير المواد الغذائية للمواطنين خلال هذه الأيام.

و في نفس السياق تم تطهير البطاقية الوطنية للمستوردين لبيع السلع على حالتها الأصلية و التجار الأجانب بموجب القرار الوزاري المتعلق بتحديد صلاحية السجل التجاري لهذا الصنف من النشاط بسنتين ، إضافة لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 13-141 المعدل و المتمم للمرسوم التنفيذي رقم 05-458 المؤرخ في 2005/11/30 المحدد كيفيات ممارسة نشاطات استيراد المواد الأولية ، المنتوجات و البضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها.

و تعمل المديرية على توسيع عملية التطهير إلى بعض الفروع الأخرى من النشاطات بما يسهل عملية المتابعة، الرقابة و تنظيم السوق.

في نفس المسار، حققت مصالح المديرية في مجال رقابة الممارسات التجارية و حماية المستهلك و قمع الغش 31280 تدخلا، تم على إثرها تحرير 5071 محضرا لأجل المتابعة القضائية.

وعليه، فإن هذه التحريات مكنت الرقابة من كشف ما قيمته 1718026657.08 دج كرقم أعمال مخفي لمعاملات تجارية .

كما أولت مديرية التجارة اهتماما خاصة في إطار الاقتراب من نقطة التوازن بين السوق و المستهلك و السلطات العمومية حيث عملت على إطلاق لقاءات و حوارات دورية مع الفاعلين على المستوى المحلي

من مأموري السجل التجاري ، غرفة الصناعة و التجارة و كذا مسير سوق الجملة للخضر و الفواكه ، ممثلي إتحاد التجار و الحرفيين و المتعاملين الاقتصاديين.

و من جهة أخرى و من أجل الرقابة و الإعلام و التحسيس عقدت مصالح المديرية لقاءات تحسيسية وإعلامية مع مختلف المتعاملين في بعض قطاعات النشاط للتعريف بالتدابير التشريعية و التنظيمية الجديدة.

إضافة لهذا تنظم مديرية التجارة أيام تحسيسية و إعلامية باتجاه تلاميذ المؤسسات التربوية و المهنية لتعريفهم بالمفاهيم الأساسية المتعلقة بحماية المستهلك و قمع الغش.

كما أن للمديرية حصة أسبوعية لمدة ساعة كاملة تقوم بإعدادها و تنشيطها على مستوى إذاعة مستغانم مع تقديم ومضات يومية موجهة أصلا لترقية الثقافة الاستهلاكية للمواطن.

للعلم ، و بهدف القيام بعمليات المراقبة و التفتيش الميداني تعتمد المديرية على 36 فرقة في مجال الممارسات التجارية و قمع الغش.

أما بالنسبة للمعلومات الاقتصادية، فتعد ملاحظة و متابعة تطورات السوق لاسيما من حيث التموين و دراسة العرض و الطلب و رصد الأسعار بصفة عامة يعد من أهم مهام المديرية اليومية و ذلك من أجل تنظيم و ضبط السوق.

2-المحلات المهنية:

حصة الولاية من المحلات المهنية المسجلة **2721** ، أنجزت منها **2708 محل** و وزعت **2543 محل** من طرف اللجنة المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 11-119 المؤرخ في 2011/03/20 المتعلق بشروط و كيفيات وضع المحلات المنجزة في إطار برنامج تشغيل الشباب تحت التصرف.

و حسب المعاينات الميدانية التي قامت بها فرق المراقبة عبر كامل تراب الولاية، فإن المحلات المستغلة يبلغ عددها **1044 محل** فقط أي بنسبة 41.05 % من المحلات الموزعة، و الباقي **(1654 محل)** فهي غير مستغلة، حيث أن **107 محل** أصبحت مركز إقامة ومأوى لبعض العائلات.

حيث بلغت

للإشارة، فان هذه الأسباب ترجع إلى العوامل التالية:

- ✓ كون أن هذه المحلات في السابق أنجزت في مناطق معزولة و غير آهلة بالسكان.
- ✓ مساحة المحلات صغيرة لا تتناسب مع إقامة بعض الحرف (كنجارة الخشب، الألمنيوم، الخبازة ...الخ).
- ✓ عدم تجانس النشاطات بالمحلات الموزعة على سبيل الذكر: مهنة ميكانيك عامة بالطابق الأول.
- ✓ عدم الربط بقنوات الصرف الصحي و شبكة المياه، بالإضافة إلى نقص الإنارة.

- ✓ نقص الأمن في بعض المناطق .
- ✓ الانعدام التام لشروط النظافة بمحيط هذه المحلات .

2- الأسواق الأسبوعية:

ومجموعها أربعة عشرة سوقا

البلديات	اليوم	البلديات	اليوم
عين النويصي	الاثنين	بوقيرات	الثلاثاء
سيدي علي	الأحد	ماسرى	الجمعة
حجاج	الخميس	منصورة	الأربعاء
سيدي لخضر	الجمعة	صفصاف	الأحد
عشعاشة	الثلاثاء	بن عبد المالك رمضان	الأربعاء
تازقايت	الخميس	سيرات	الأحد
عين تادلس	الاثنين	واد الخير	السبت

3- منشآت التوزيع بالتجزئة (supermarché-hypermarché et superettes) :

طبيعة المنشأة	عددها بالولاية	طبيعة المواد المعروضة للبيع
المتاجر الضخمة "hypermarché "UNO" لمجموعة "NUMIDIS"	**01 (يتربع على مساحة 5080 م^2 و 4800 م^2 زيادة على حظيرة لتوقف** السيارات تتسع لركن 1114 سيارة	مواد غذائية واسعة الاستهلاك والضرورية ،ألبسة وأحذية ......الخ
المساحات الصغرى superettes	**22**	مواد غذائية واسعة الاستهلاك

الإجراءات المتخذة ضمن تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 12-111 المؤرخ في 06 مارس 2012 المحدد لشروط و كيفيات إنشاء و تنظيم الفضاءات التجارية و ممارسة بعض الأنشطة التجارية :

تطبيقا لنص التعليمة رقم 345 المؤرخة في 04 فيفري 2013 الصادرة عن وزارة التجارة المتعلقة بمراقبة احترام شروط وكيفيات إنشاء وتنظيم الفضاءات التجارية وممارسة الأنشطة التجارية،تم هذه السنة مراقبة 22 فضاء تجاري مفصلة كما يلي :

* المساحات الصغرى من نوع سوبيرات : 07

*المساحات الكبرى من نوع متاجر ضخمة :03

* أسواق الجملة :01

*الأسواق المغطاة :09

*الأسواق الجوارية :01

للإشارة ، فان العملية أسفرت عن تسجيل نقائص تم بموجبها اعذار المخالفين وفق نص التعليمة السالفة الذكر.

4-المطاحن:

لضمان التموين بمنتجات الطحانة، تنشط على مستوى الولاية **(05)** مؤسسات كلها تابعة للقطاع الخاص نذكرها فيما يلي:

- المطاحن الكبرى للظهرة .
- مطاحن مستغانم (شور خالد).
- مطاحن سيدي بن ذهيبة .
- مطاحن أولاد مع الله.
- مطاحن النجاح حمو
- مطاحن سيدي عبدالله

تنتج هذه المنشآت مواد الفرينة ، السميد و الكسكس و يقدر إنتاجها اليومي كما يلي :

- الفرينة: **1500 قنطار**
- السميد بنوعيه : الممتاز **450 قنطار** و العادي **270 قنطار** .
- الكسكس : **620 قنطار** .

هذه الكميات المنتجة تكفي لتغطية حاجيات الولاية بنسبة **100%** و تمون الولايات المجاورة : غليزان – تيارت – وهران – سيدي بلعباس – شلف – معسكر – تلمسان ... الخ.

يتم تموين هذه المطاحن بالحبوب من طرف إتحاد التعاونيات الفلاحية **UCA** بصفة منتظمة.

5-الملبنات :

لتوفير مادة الحليب المبستر هناك خمسة **(05)** ملبنات ناشطة: **(04)** خاصة وواحدة تابعة للقطاع العام وهي كالتالي :

- ملبنة الساحل GIPLAIT
- ملبة الجنانات .
- ملبنة سيدي بلقاسم .
- ملبنة سايمكس SAIMEX

يقدر الإنتاج اليومي لهذه الملبنات بحوالي **140605 لتر** من الحليب المبستر المعبأ في أكياس و**16500 لتر** كمتوسط في اليوم من حليب البقر الطازج المبستر، كما أن قدرات هذه المنشآت يمكنها من رفع مستوى الإنتاج عند الضرورة و في حالة ارتفاع الطلب خاصة في شهر رمضان المعظم و موسم الاصطياف .

يمون هذه الملبنات بالمادة الأولية الديوان الوطني للحليب (**ONIL**) - المتواجد مقره الجهوي بولاية مستغانم.

تتوفر الولاية على **47 مذبح و مسلخ**(للحوم الحمراء والبيضاء) تابعة للقطاع العام والخاص .

* اللحوم الحمراء :(عددها 19 مذبح)

*اللحوم البيضاء : (عددها 28 مذبح)

7-سوق الجملة للخضر و الفواكه :

تتوفر الولاية على سوق الجملة للخضر و الفواكه الذي يعد تاريخ إنشائه إلى **سنة 1997** ،**حيث** تتربع على مساحة مقدرة بـ **10 هكتارات** منها 2200 م 2 مغطاة تحتوي على **134 محل** لبيع الخضر و الفواكه بالجملة ،كما ينشط على مستواها **102 تاجر** ويبقى **32 محل** التي تم تعيين المستفيدين منها،لكن التحقيق لازال متواصلا بشأن المستفيدين على مستوى مندوبية الأمن للولاية منذ شهر ماي 2014 ولم يتم موافاتنا بالنتائج المتوصل اليها بالرغم من التذكير بها

يسوق على مستوى هذه المنشأة الاقتصادية حوالي **64872.00 طن** من الخضر وما يقارب **38705.00 طن** من الفواكه كمتوسط يومي ،حيث تمون السوق تجر التجزئة عبر كامل تراب الولاية والعديد من الولايات المجاورة .

للإشارة ،عرفت هذه المنشأة الاقتصادية خلال هذه السنة عملية تأهيل وبناء بغلاف مالي يقدر بـ **132.000.000,00 دج** مست إنجاز 32 محل تجاري جديد، مقهى و مطعم (وهما في حالة نشاط)ولم تقفل العملية بعد وهي متواصلة إلى غاية استكمال باقي الأشغال المتمثلة في تزفيت الممرات بالجهة الوسطى والسفلية للسوق .

وبهدف تنظيم السوق ، شكلت لجنة تضم ممثلين عن (تجارة- الدر ك الوطني - بلدية صيادة- ممثل الوكلاء بسوق الجملة للخضر والفواكه) قامت بمعاينة المحلات المستغلة والفارغة من طر ف أصحابها و ذلك من أجل اتخاذ كافة التدابير والإجراءات التي جاء بها المرسوم التنفيذي رقم 13-111المؤرخ في 18 مارس

2013 المحدد لشروط ممارسة نشاط وكيل الجملة للخضر والفواكه والتي بموجبها تم تسوية **خمسة عشر** وكيل و ذلك بمنحهم رخصة ممارسة نشاط وكيل تاجر الجملة للخضر والفواكه .

8-سوق الجملة لمنتجات الصيد البحري :

تطبيقا لنص المادة 23 من المرسوم التنفيذي رقم 12-111 المؤرخ في 2012/03/06 المحدد لشروط و كيفيات إنشاء و تنظيم الفضاءات التجارية و ممارسة بعض الأنشطة التجارية ، انعقدت جلسة عمل بمقر مديرية التجارة جمعت الفاعلين و الشركاء الاجتماعيين و هذا بتاريخ 2015/12/03 بهدف دراسة شروط و كيفيات تسيير هذه المنشأة التجارية ، مع تحديد أيام ومواقيت غلق وفتح السوق التي من خلالها تم إعداد قرار ولائي يحمل رقم 2214 المؤرخ في 2015/12/22 .

المطلب الخامس: التجارة غير الشرعية بالأرقام والمشاكل التي تعيق معالجتها

1- التجارة غير الشرعية بالأرقام:

عدد الفضاءات غير الرسمية بالولاية	عدد التجار غير الشرعيين بالولاية	عدد الفضاءات التي تم إخلاؤها	عدد التجار غير الشرعيين الذين تم تحويلهم أو استلموا مقررات الاستفادة من محل تجاري (insérés)	عدد التجار الباقي تحويلهم
41	2415	39	2104	311

2-المشاكل التي تعيق معالجة ظاهرة التجارة غير الشرعية بالولاية :

طبقا للتعليمة الوزارية المشتركة رقم **473** السالفة الذكر، تعتبر المجالس الشعبية البلدية العضو الرئيسي و الفعال ضمن اللجنة المكلفة بمعالجة ظاهرة التجارة غير الشرعية، لكن تجسيد القرارات والتوصيات التي تتخذ خلال كل جلسة عمل لا تطبق على أرض الواقع من طرف البلديات بالنظر إلى :

- عدم إتمام المشاريع (الفضاءات التجارية المخصصة لامتصاص التجارة غير الشرعية) في الآجال المحددة لها بالرغم من أن هؤلاء المستفيدين من محلات تحصلوا على مقررات الاستفادة منذ مدة طويلة (أكثر من سنة)، على سبيل
- الذكر مقر النقل الحضري سابقا "ECOTUM" بشارع عمارة ببلدية مستغانم الذي تم تهيئته إلى سوق جوارية (330 محل) لازالت أشغال البناء به متواصلة بالجهة التي تحتوي على 220 محل (أشغال فصل المحلات) و هذا بالرغم من حصول المستفيدين على مقرارات منذ أكثر من سنة .
- هجرة المستفيدين من المحلات التجارية الممنوحة لهم في بعض الأسواق و عودتهم إلى الفضاءات التي تم إخلاؤها و عدم استخلافهم بطالبي المحلات .

- عدم قيام البلديات بدورها وذلك فيما يخص مراقبة ومتابعة الأسواق التي تم توزيعها مؤخرا ومعرفة الأسباب التي أدت إلى هجرة المستفيدين منها .
- عدم تنويع الأنشطة التجارية بالأسواق التي تم فتحها مؤخرا حسب متطلبات التجار غير الشرعيين، مما أدى إلى هجرتهم و عودتهم إلى الفضاءات غير الشرعية السابقة .
- بناء و انجاز لأسواق جوارية في مناطق غير ملائمة للنشاط التجاري .

المبحث الثاني: عمليات التفتيش والتحسيس والمتابعة من اجل حماية المستهلك.

المطلب الاول : - حصيلة عمليات المراقبة و التفتيش:

1- مراقبة الممارسات التجارية :

في إطار مراقبة الممارسات التجارية، فإن الحصيلة كانت كالأتي:

- عدد التدخلات: 13006
- عدد المحاضر: 3662
- عدد المخالفات: 4133
- عدد الغلق: 325

- عدد الغلق بالنسبة للمخالفات المسجلة من قبل أعوان الأمن الولائي :115

- مبلغ عدم الفوترة: 625.436.442,45 دج
- مبلغ الممارسات التجارية التدليسية: 135.463.349,26 دج.

*** المخالفات أكثر تكرار:**

- عدم الإعلام بالأسعار و التعريفات
- عدم الفوترة
- ممارسة أسعار غير شرعية
- ممارسة تجارية تدليسية
- ممارسة تجارية غير النزيهة
- معارضة للمراقبة
- عدم التسجيل في السجل التجاري
- عدم إشهار البيانات القانونية
- ممارسة نشاط تجاري قار دون حيازة محل تجاري
- ممارسة نشاط تجاري مقنن دون الرخصة أو الاعتماد المطلوبين
- ممارسة تجارة خارجة عن موضوع السجل التجاري

- عدم تعديل بيانات مستخرج السجل التجاري.
- ممارسة تعاقدية تعسفية.

2 - **الفرقة المختلطة للرقابة (ضرائب ، جمارك ، تجارة) :**

قامت الفرق المختلطة للرقابة (ضرائب، تجارة جمارك،) خلال سنة 2017 بإجراء 59 تدخل مفصلة كما يلي:

- - قطاع الإنتاج: 12
- - قطاع الاستيراد: 19
- - قطاع الجملة : 05
- - قطاع التجزئة: 23
- - عدد المحاضر المحررة:22
- - عدد المخالفات المسجلة: 34 و هي مفصلة كما يلي:
- - 06 مخالفات تخص عدم الفوترة بمبلغ: 150.311.629,66 دج .
- - 05 مخالفة تخص ممارسة نشاط تجاري قار دون حيازة محل تجاري.
- - 03 مخالفة تخص ممارسة تجارية تدليسية بمبلغ: 61.712.329,45 دج .
- - 09 مخالفة تخص معارضة للمراقبة.
- - 06 مخالفات تخص عدم تعديل بيانات مستخرج السجل التجاري.
- - 04 مخالفات تخص تحرير فواتير غير مطابقة.
- - 01 ممارسة تجارية غير نزيهة.
- - رقم الأعمال المخفي: 212.023.959,11 دج.

3- **الإجراءات الإدارية المتخذة :**

أ- التسجيل في البطاقية الوطنية للغشاشين:

خلال سنة 2017 تم طلب تسجيل 85 متعامل إقتصادي في البطاقية الوطنية للغشاشين.

ب- الغلق الإداري:

- عدد الغلق: 325

4 – **التحقيقات الخاصة** :

فيما يخص التحقيقات الخاصة في مجال مراقبة الممارسات التجارية وحماية المستهلك وقمع الغش وتنفيذا للتعليمات الوزارية ، أعطيت أولويات في إنجاز هذه التحقيقات وكانت الحصيلة خلال سنة 2017 كما يلي:

أ. **<u>مراقبة مادة الإسمنت</u>** :

- عدد التدخلات : 687
- عدد المحاضر : 345
- عدد المخالفات : 475
- كمية الحجز: 0,0046طن.
- مبلغ الحجز: 2.750,00 دج.
- مبلغ عدم الفوترة: 60.870.122,66 دج.
- مبلغ ممارسة تجارية تدليسية : 1.891.062,52 دج
- عدد توقيف تموين بمادة الإسمنت: 238 متعامل اقتصادي.

<u>مراقبة قطع غيار السيارات :</u>

- عدد التدخلات : 332
- عدد المحاضر :85
- عدد المخالفات: 96
- كمية الحجز: 0.15516 طن
- مبلغ الحجز : 156.040,00دج.
- مبلغ عدم الفوترة : 723.700,00 دج.
- مبلغ عدم الفوترة : 590.700,00 دج.

ب. **<u>مراقبة أسعار مادة الدقيق (الفرينة) :</u>**

عدد التدخلات : 1182

- عدد المحاضر : 198
- عدد المخالفات : 290
- عدد الغلق : 02
- مبلغ عدم الفوترة: 1.368.780,00دج.

ت. **<u>مراقبة إجبارية الإيداع القانوني لحسابات الإجتماعية للشركات و المؤسسات الخاضعة للقيد في السجل التجاري للسنة المالية 2017 .</u>**

- عدد الشركات المسجلة : 359
- عدد التدخلات: 359
- عدد المحاضر : 316

5- التجارة التجارة غير الشرعية:

تنفيذا للقرارين الولائيين رقم 1323 المؤرخ في 2013/09/27 ورقم 2205 المؤرخ في 2016/08/15 المتضمنين منع ممارسة أي نشاط تجاري قار على الأرصفة و الطرقات و الأماكن العمومية والتي أسفرت عمليات المراقبة بالتنسيق على النتائج التالية:

- عدد التدخلات: 195.
- عدد المحاضر المعاينة: 21

على إثر ذلك، تم اقتراح غلق 21 محل تجاري.

6- معـالجـة الشكـاوي:

خلال سنة 2017 وردت إلى مصالحنا185 شكوى من مختلف المتعاملين الاقتصاديين سواء كانوا أشخاص طبيعيين، معنويين أو مستهلكين تمت معالجة

شكوى التي أسفرت على النتائج التالية:

- عدد المحاضر المحررة : 70 محضر رسمي.
- تسوية الوضعية:05
- عدد الشكاوي غير مؤسسة : 33
- عدد الشكاوي عدم الإختصاص الإقليمي : 11
- عدد الشكاوي المجهولة التي تمت معالجتها: 47
- عدد الشكاوي التي لم تنجز و التي تمت معالجتها (شكاوي متكررة): 07
- عدد الشكاوي التي محلاتها مغلقة : 08
- كما تم التنازل عن شكوتين (02).

7- مراقبة تسويق السيارات الجديدة :

تطبيقا للمرسوم التنفيذي رقم 390/07 المؤرخ في 2007/12/12 المحدد للشروط و كيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة و المنشور الوزاري رقم 21 المؤرخ في 2008/02/20 المتعلق بتطبيق المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه، أسفرت عمليات المراقبة لسنة 2017 على النتائج التالية:

- عدد التدخلات: 24 .
- عدد المحاضر: 16.

- عدد المخالفات: 22

8- مراقبة الممارسات المضادة للمنافسة:

تطبيقا للتعليمة الوزارية رقم 01 المؤرخة في 2004/12/05 المتعلقة بكيفيات إجراء التحقيقات في مجال المنافسة، قام مكتب الممارسات المضادة للمنافسة خلال سنة 2017 بالتحقيقات التالية :

1 – قطاع المواد الغذائية : - سوق مادة الحليب (34 مؤسسة)

- سوق المياه المعدنية(34 مؤسسة)

- سوق المشروبات الغازية (20 مؤسسة)

2 - قطاع المواد الصناعية : - مراقبة سوق الاسمنت و حديد الخرسانة (137 مؤسسة) .

- مراقبة سوق السجاد المستورد (17 مؤسسة) .

- مراقبة حركة رؤوس الأموال من و إلى الخارج

(6 مؤسسات خاصة باستيراد و التصدير) .

- مراقبة سوق الاجهزة الكهروكمنزلية و الهواتف النقالة (26 مؤسسة).

- مراقبة سوق السيارات الجديدة

- مراقبة سوق الهواتف النقالة (10 مؤسسات)

3- قطاع الخدمات:

- مراقبة تعبئة شرائح الهاتف النقال (52 مؤسسة)

4- أخرى : ترجمة قاموس المصطلحات الخاص بالمنافسة من الفرنسية الى العربية .

المطلب الثاني : العمليات التحسيسية و التفتيشية

الفرع الاول : العمليات التحسيسية :

و خلال سنة 2017 تم تنظيم أيام تحسيسية حول عدة مواضيع مع شرح و عرض النصوص التنظيمية و التشريعية لها:

1- التجميعات الاقتصادية.

*الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالمنافسة.

* المرسوم التنفيذي رقم 05-219 المؤرخ في 22 /06/ 2005 المتعلق بالترخيص لعمليات التجميع.

2- التعسف في وضعية الهيمنة.

*الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالمنافسة التجارية.

*القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم المؤرخ في 23 /07/ 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

الفرع الثاني : العمليات التفتيشية

أ. **حماية المستهلك و قمع الغش :**

تطبيقا للبرنامج المسطر خلال هذه السنة، قام أعوان قمع الغش بالعديد من عمليات المراقبة الميدانية عبر مراحل الإنتاج، التوزيع و الخدمات مع تحديد ثلاثة (03) أهداف أساسية و يتعلق الأمر ب:

تقليص الخطر الغذائي من خلال احترام شروط النظافة و النظافة الصحية و مطابقة المواد و الخدمات الموضوعة للاستهلاك.

التحكم في مطابقة المواد الصناعية للحفاظ على صحة و سلامة المستهلكين .

دعم إعلام المستهلك من خلال وسم المواد المعروضة للاستهلاك .

لهذا الغرض تم تشكيل 18 فرقة من الأعوان موزعة حسب كل تخصص:

12 فرقة مخصصة لتقليص الخطر الغذائي.

03 فرق مكلفة للتحكم في أمن المنتوجات.

03 فرق موجهة لمراقبة احترام إلزامية إعلام المستهلك.

حيث أسفرت النتائج على مايلي :

- عدد التدخلات : 16033
- عدد المحاضر من أجل المتابعة القضائية: 1724
- عدد المخالفات: 1773
- قيمة المواد المحجوزة : 8.772.401,48 دج

ب. **تقليص الخطر الغذائي :**

قصد حماية المستهلك وقمع الغش، تم تشكيل 12 فرقة لمراقبة هذا القطاع الحساس الذي يستدعي مراقبة صارمة ودائمة وفي هذا المجال تم تسجيل النتائج التالية:

- عدد التدخلات : 11332
- عدد المخالفات المسجلة : 1325
- عدد المحاضر الرسمية من أجل المتابعة القضائية : 1285
- عدد العينات المقتطعة قصد المراقبة التحليلية: 247
- كمية المحجوزات : 28.517502 طن
- قيمة المحجوزات:7.007.521,31 دج
- عدد توقيف النشاط : 79 مقترح،67 منفذ.

جدول تفصيلي لأهم المحجوزات الغذائية لسنة 2017:

أهم المواد الغذائية المحجوزة	كمية الحجز (طن)	قيمة الحجز(دج)
اللحوم ومشتقاتها	21.254583	4961665.50
الحليب ومشتقاته	0.095522	20660
منتوجات البحر	2.0861	1667500
مياه ، المشروبات و عصير	2.032142	56700.81

التحكم في أمن المنتوجات و الخدمات :

تنفيذا للبرنامج السنوي لسنة 2017 لاسيما الفصل الثالث و الرابع المتضمن الحرص على ضمان المنتجات و خدمات ما بعد البيع للأجهزة الكهرومنزلية و مراقبة مطابقة المنتجات الصناعية خاصة منها مواد التجميل ، مواد الشبه صيدلانية ، حيث تمت مراقبة مختلف نشاطات بيع الأجهزة الكهرومنزلية ، الأجهزة الكهربائية و معدات المهاتفة و الإعلام الآلي ، نشاطات بيع الأعشاب الطبية و منتجات الحمية و منتجات كمال الأجسام أما فيما يخص الخدمات تم تسطير برنامج لمراقبة محلات الإطعام و المشروبات و التي مست نشاطات المسمكات ، الإطعام السريع فاست فود و الإطعام الكامل حيث أسفرت عمليات مراقبة فيما يخص أمن المنتجات و الخدمات على الحصيلة التالية :

- عدد التدخلات :3725 تدخل
- عدد المخالفات :378 .
- عدد المحاضر :369 .
- عدد اقتطاع العينات :50 .
- كمية الحجز :3.649685 طن
- القيمة الإجمالية للحجز :1.392.719,17 دج

ج-إجبارية إعلام المستهلك :

تم التركيز في هذا المجال على إعلام المستهلك وذلك باحترام إلزامية الوسم ، وهذا بوضع آليات للمراقبة على جميع مراحل وضع المنتوج للاستهلاك، جاءت النتائج على النحو التالي :

- عدد التدخلات :976
- عدد المخالفات:70 و عدد المحاضر : 70

ولعدم احترام إلزامية الوسم تم أخذ التدابير التحفظية وهذا بحجز المواد غير المطابقة قدرت الكمية بـ 0.525446 .طن بقيمة مالية بلغت 372161 دج من مختلف السلع الغذائية والصناعية .

د- الرقابة التحليلية:

1 -استعمال حقيبة التفتيش:

من أجل تقليص الخطر الغذائي تم استخدام 3209 اختبار ميداني على مختلف المواد الغذائية والصناعية و ذلك باستعمال أجهزة قياس حقيبة التفتيش و من أكثر الأجهزة المستعملة جهاز قياس درجة الحرارة ب 2285 اختبار تم على إثره معاينة 191 مخالفة، يليها الميزان بـ 313 اختبار مع تسجيل 14 مخالفة.

جدول تفصيلي للأجهزة الأكثر استعمالا:

الأدوات المستعملة	المنتوج المفحوص	عدد التجارب	عدد عدم المراقبة
جهاز قياس درجة الحرارة	الحليب ومشتقاته – البيض - المثلجات – الحلويات – اللحوم والدواجن - الأسماك - المشروبات	2285	191
الميزان	الخبز	313	14
مقياس القطر	الخضر والفواكه	167	13

1- الرقابة التحليلية باقتطاع العينات:

من أجل التأكد من مطابقة المنتوجات، تم اقتطاع 337 عينة للمراقبة التحليلية على مستوى قطاعي الإنتاج والتوزيع شمل مواد غذائية من بينها الحليب ومشتقاته، الحلويات، المشروبات، اللحوم ومشتقاتها، البن، الخبز والمثلجات بالإضافة إلى مواد صناعية غير غذائية تمثلت في مواد التنظيف والتبييض ومواد التجميل.

تم تسجيل النتائج التالية:

المؤشرات / القطاع	طبيعة المنتوج		عدد العينات المقتطعة		عدد العينات غير المطابقة	
	غذائي	صناعي	فيزيوكيميائية	ميكروبيولوجية	فيزيوكيميائية	ميكروبيولوجية
الإنتاج	148	21	84	78	27	15
الجملة	08	02	06	04	01	00
التجزئة	120	27	89	45	23	10
الخدمات	11	00	08	03	00	01
المجموع	287	50	187	130	51	26

هـ-- الفرق المختلطة :

1 - الفرقة المختلطة "تجارة – صحة":

تم تسطير برنامج كامل و شامل لمراقبة الصيدليات ، منتجات الشبه صيدلانية و المكملات الغذائية حيث أسفرت العملية على مايلي :

- عدد التدخلات : 67 صيدلية.
- عدد المحاضر :13
- عدد المخالفات :13
- كمية الحجز :0.083359500 طن .
- القيمة الإجمالية للحجز : 103276.69 دج.

2- الفرقة المختلطة "تجارة – صحة نباتية" :

تم تسطير برنامج مع مفتشية حماية النباتات التابعة لمصالح الفلاحية لمراقبة المبيدات الفطرية ، الحشرية و البذور و النباتات حيث أسفرت العملية على ما يلي :

- عدد التدخلات :65 .
- عدد المحاضر :04.
- عدد المخالفات :0.701300 طن .
- كمية الحجز :,0075.810 دج من مبيدات منتهية الصلاحية.

3- الفرقة المختلطة تجارة – قياسة قانونية :

تبعا للبرنامج المسطر مع مصالح الديوان الوطني للقياسة القانونية قامت الفرقة المختلطة بالتدخل علة مستوى مختلف نشاطات الإنتاج ، البيع و الخدمات نذكر منها محطات خدمات ، مطحنة الحبوب ، بيع اللحوم و محلات التي تستعمل أجهزة الوزن و الكيل حيث أسفرت التدخلات على ما يلي :

- عدد التدخلات :70
- عدد المحاضر :08.
- عدد المخالفات :.08

4- الفرقة المختلطة تجارة – بيطرة :

تبعا لعمليات المراقبة و التفتيش التي قامت بها الفرقة المختلطة تجارة-بيطرة على مستوى مختلف نشاطات إنتاج اللحوم ،المذابح ، المسالخ ،إنتاج الحليب الحليب و مشتقاته و كذا مراقبة البياطرة الخواص و الأدوية البيطرية حيث أسفرت على الحصيلة التالية :

- عدد التدخلات :105.
- عدد المحاضر :20.
- عدد المخالفات :23.
- كمية الحجز : 21.8434500 طن.

- القيمة الإجمالية :5936368.50 دج .

- عدد توقيف النشاط : 00.

و- التحقيقات الخاصة:

1 - مراقبة مطابقة مادة المرقاز و اللحم المفروم:

طبقا لمحتوى التعليمة الوزارية رقم 269 المؤرخة في 2017/04/10 و المتعلقة بمطابقة مادتي المرقاز و اللحم المفروم ، قام اعوان المراقبة بمراقبة و تفتيش على مستوى 278 قصابة تم تسجيل من خلالها 70 مخالفة متمثلة في :

- 36 مخالفة عدم احترام الزامية النظافة والنظافة الصحية ترتب عنها التوقيف المؤقت للنشاط عند قصابة واحدة.
- 07 مخالفات عدم احترام الزامية رقابة المطابقة المسبقة .
- 06 مخالفات عدم احترام الزامية وسم المنتوج.
- 09 مخالفات عدم احترام الزامية سلامة المواد الغذائية في مجال الخصائص الميكروبيولوجية، ترتب عنها التوقيف المؤقت للنشاط عند 08 قصابات .
- 10 مخالفات خداع المستهلك حول النتائج المنتظرة من المنتوج.
  - مخالفات خداع المستهلك حول تاريخ صلاحية المنتوج.
- مخالفة عرقلة مهام اعوان الرقابة.
- إضافة إلى ذلك قام أعوان مصالحي باقتطاع عينات من مادتي اللحم المفروم والمرقاز و هذا لغرض إجراء التحاليل الميكروبيولوجية والفيزيوكيميائية، وكانت كالأتي:
- 16 عينة من مادة المرقاز و 06 عينات من اللحم المفروم وهذا لغرض إجراء التحاليل الفيزيوكيميائية.
- 24 عينة من مادة المرقاز و 07 عينات من اللحم المفروم وهذا لغرض إجراء التحاليل الميكروبيولوجية.
- أسفرت نتائج التحاليل لمادة المرقاز على مايلي :
- 16 عينة ذات جودة مرضية و 08 عينات ذات جودة غير مرضية (من الناحية الميكروبيولوجية).
- 09 عينات ذات جودة مطابقة و07 عينات ذات جودة غير مطابقة (من الناحية الفيزيوكيميائية).
- أسفرت نتائج التحاليل لمادة اللحم المفروم على مايلي :
- 06 عينات ذات جودة مرضية و 01 عينة ذات جودة غير مرضية (من الناحية الميكروبيولوجية) .
- 06 عينات لم يتم إجراء التحاليل الفيزيوكيميائية عليها لانعدام التنظيم.

2 - مراقبة مطابقة مادة الحلويات:

تطبيقا للمذكرة رقم 17/86 المؤرخة في 2017/02/20 و المتعلقة بمراقبة مطابقة مادة الحلويات و تقليصا للخطر الغذائي المتعلق بعدم احترام إلزامية النظافة و النظافة الصحية ، قام اعوان مصالحي بمراقبة 167 محلا تجاريا لنشاط تحضير الحلويات تم من خلالها تسجيل 44 مخالفة متمثلة في عدم احترام إلزامية النظافة و النظافة الصحية كما تم معاينة 132 محلا تجاريا لتحضير مادة الخبز تم تسجيل على إثرها 43 مخالفة تنحصر أساسا في عدم احترام شروط النظافة و النظافة الصحية ، كما تم اقتراح توقيف مؤقت لنشاط 08 محلات و تحرير 91 محضر متابعة قضائية و حجز كمية تقدر ب 0.224 طن بقيمة 2000 دج.

3 - مراقبة مطابقة مادة الخل :

تطبيقا للتعليمة رقم 87 المؤرخة في 2017/02/20 و المتعلقة بمراقبة مطابقة مادة الخل ، قام اعوان مصالح بمراقبة وحدات الإنتاج و أسفرت النتائج على مايلي :

- عدد التدخلات :03
- عدد المخالفات: 03 متمثلة في الخداع في تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج ، الخداع في النتائج المنتظرة من المنتوج و عدم احترام إلزامية وسم المنتوج.
- عدد المحاضر: 02
- عدد اقتطاع العينات :02 من منتوج بهار محمض للتتبيل أسفرت نتائج التحاليل على عدم مطابقة منتوج واحد.

1- مراقبة مطابقة مادة الحليب المعبأ في أكياس 01 لتر:

تبعا للإرسالية رقم 859 المؤرخ في 2017/02/28 و المتعلقة بمراقبة مادة الحليب المبستر المعبأة في أكياس 01 لتر قام أعوان مصالح بمراقبة 04 وحدات لإنتاج الحليب المبستر المعبأ في أكياس 01 لتر المتواجدة على مستوى ولاية مستغانم : ملبنة الساحل :Giplait، ملبنة بلحرمي الحاج، ملبنة الجنانات:Vallée Des Jardins، ملبنة سايمكس: Saimex ، تم تسجيل ما يلي :

اقتطاع 28 عينة من مادة الحليب المبستر منزوع الزبدة جزئيا .

15 عينة من اجل التحاليل الفيزيوكيميائية سجل من خلالها 10 عينات ذات جودة مطابقة و 03 عينات ذات جودة غير مطابقة و عينتين في انتظار التحاليل .

13 عينة من اجل التحاليل الميكروبيولوجية سجل من خلالها 11 عينة ذات جودة مرضية و 01 عينة ذات جودة غير مرضية و 02 عينات مازالت قيد التحليل .

ترتب عنها مايلي :

تحرير 03 محاضر متابعة قضائية.

عدد المخالفات 04 متمثلة في:

03 خداع المستهلك في النتائج المنتظرة من المنتوج.

01 انعدام سلامة المواد الغذائية.

1- مراقبة مطابقة المشروبات الطاقوية :

تطبيقا للمذكرة رقم 848 المؤرخة في 2017/08/02 و المتعلقة بمراقبة مطابقة مادة المشروبات الطاقوية ، قام أعوان مصالح الرقابة الاقتصادية بعملية مراقبة و تفتيش على مستوى وحدات إنتاج المياه المعدنية و المشروبات المختلفة غير الكحولية و قد تم تسجيل وجود وحدة إنتاج واحدة تقوم بصناعة مشروبات الطاقة و المتمثلة في : م.ش.و.ذ.م. م مشروبات حقاني أين تم اقتطاع عينات من المنتوج قصد التحاليل الفيزيوكيميائية و الميكروبيولوجية و التي أسفرت على عدم مطابقته لنسبة الغلوسيدات أكثر من المقياس المعلن عنها إما التحاليل الميكروبيولوجية فلم تنجز لعدم وجود معايير خاصة.كما تم تسجيل 03 مخالفات على مستوى وحدة الإنتاج المذكورة أعلاه متمثلة في عدم احترام إلزامية وسم المنتوج ، انعدام رقابة المطابقة المسبقة و عدم احترام إلزامية وسم المنتوج، تم على إثرها حجز و إتلاف 15300 وحدة من وسم المنتوج بقيمة 26775 دج و تحرير محضر متابعة قضائية.

2- مراقبة مطابقة مادتي الباتي و الكاشير:

تطبيقا للتعليمة رقم 268 المؤرخة في 2017/04/10 و المتعلقة بمراقبة مادتي الباتي و الكاشير ، قام أعوان مصالحي بمراقبة و تفتيش على مستوى (77) محلا تجاريا يمارسون نشاط تجارة بالتجزئة للتغذية العامة أسفرت على مايلي: - تحرير ثلاث (03) محاضر متابعة قضائية .

عدد المخالفات : 03 متمثلة في مخالفة خداع المستهلك حول تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج.

كمية الحجز: 3.860 كغ من مادة الكاشير منتهية مدة الصلاحية.

كما تم مراقبة تلاثة و تلاثون (33) شاحنة خاصة بنقل و تسليم المنتوجات الغذائية على البارد، ولم نسجل أي مخالفة.

أما فيما يخص وحدات إنتاج مادتي الباتي و الكاشير على مستوى ولاية مستغانم فقد تم التدخل على مستوى وحدتي إنتاج مصبرات اللحوم (فطائر الدجاج و الكاشير) و المتمثلة في:

شركة ذات أسهم موستافي "SPA Mostavie "،هي في حالة التوقف المؤقت عن الإنتاج بسبب إعادة التهيئة

شركة مذابح ك.س.ب.م ، لم نسجل أي مخالفة بخصوص انعدام شروط النظافة و النظافة الصحية حيث تم على مستواها اقتطاع أربعة عينات (04) قصد القيام بالتحاليل الميكروبيولوجية و الفيزيوكيميائية أين لم نسجل أي مخالفة فيما يخص انعدام سلامة المواد الغذائية ، كما أسفرت نتائج التحاليل أنها مرضية من الناحية الميكروبيولوجية و مطابقة من الناحية الفيزيوكيميائية .

3- مراقبة مطابقة مادة الملح :

بناءا على التعليمة رقم 153 المؤرخة في 2017/03/06 فانه لا يتواجد على مستوى ولاية مستغانم أية وحدة إنتاج أو تعبئة لمادة الملـح.

4- مراقبة نسبة المادة الجافة في الحليب:

تبعا للإرسالية رقم 337 المؤرخ في 2012/01/30 و المتعلق بمراقبة نسبة المادة الجافة في الحليب المبـستر المعبأ في أكياس 1لتر ،قام أعوان مصالحي بمراقبة و تفتيش على مستوى 04 وحدات لإنتاج الحليب المبستر المعبأ في أكياس 01 لتر تم من خلالها اقتطاع 15 عينة من مادة الحليب المبستر منزوع الزبدة جزئيا قصد التحاليل الفيزيوكيميائية.

5- مراقبة مطابقة مادتي الدواجن و البيض:

في هذا السياق و تطبيقا للتعليمة الوزارية رقم 270 المؤرخة في 2017/04/10 و المتعلقة بمراقبة مطابقة مادتي الدواجن و البيض،قام أعوان مصالحي بعملية مراقبة و تفتيش في إطار الفرقة المختلطة (تجارة/ مصالح البيطرة) ، و مست هذه العملية سبعة و ستون (67) مذبحة صناعية خاصة بذبح الدواجن على مستوى ولاية مستغانم، تم من خلالها معاينة شروط نظافة الذبح، الحفظ و التخزين ، النقل و مطابقة الوسم الخاصة بالدواجن ، وهذا طبقا للتنظيم المعمول به حيث تم تسجيل 14 مخالفة ترتب عنها تحرير 13 محضر متابعة قضائية و توقيف مؤقت لـ 09 مذابح صناعية :

- 11 مخالفة عدم احترام إلزامية النظافة والنظافة الصحية .
- 02 مخالفات عدم احترام إلزامية وسم المنتوج .
- 01 مخالفة خداع المستهلك حول تاريخ صلاحية المنتوج .

كما تم تسجيل عدة مخالفات عند التجار الذين ينشطون في هذا المجال على مستوى ولاية مستغانم ، و هذا لعدم احترامهم لشروط النظافة المتعلقة بأماكن التحضير ، المعدات ، نظافة المستخدمين ، شروط الحفظ ، كما تم تسجيل وضع للاستهلاك لحوم بيضاء بدون وسم و أخرى بدون شهادة بيطرية .

وقد ترتب عن هذا تحرير 217 محضر متابعة قضائية عن 220 مخالفة و توقيف مؤقت لـ 14 محل تجاري:

- 144 مخالفة عدم احترام إلزامية النظافة والنظافة الصحية.
- 12 مخالفات عدم احترام إلزامية وسم المنتوج .
- 12 مخالفة خداع المستهلك حول النتائج المنتظرة من المنتوج .
- 08 مخالفة عدم احترام إلزامية سلامة المنتوجات الغذائية في مجال الخصائص الميكروبيولوجية .
- 39 مخالفة عدم احترام إلزامية رقابة المنتوج.
- 01 مخالفة عدم احترام إجراء التوقيف المؤقت للنشاط.

- 03 عرقلة إتمام مهام أعوان الرقابة.

- 01 مخالفة خداع المستهلك حول تاريخ صلاحية المنتوج.

أما فيما يخص مطابقة مادة البيض ، فقد تم اقتطاع 10 عينات من مادة البيض لغرض إجراء التحاليل الميكروبيولوجية (البحث عن السالمونيلا) أسفرت نتائج التحاليل على أن 10 عينات ذات جودة مرضية.

6- مراقبة مطابقة مادة زيت الزيتون:

طبقا لمحتوى التعليمة رقم 1176 الصادرة بتاريخ 2017/10/30 عن المديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش والمتعلق بالتحقيق حول مطابقة مادة زيت الزيتون ، قام أعوان مصالحي بعملية مراقبة و تفتيش على مستوى كل من وحدات عصر و تصفية الزيوت النباتية، مؤسسة الصناعة التقليدية لإنتاج زيت الزيتون ، حرفي مكرر لزيت الزيتون(عصر و تكرير تقليدي للزيتون) ومؤسسات توضيب و تغليف المنتجات و المواد الغذائية.

خلال هذا التحقيق ، تم تسجيل تدخل (01) واحد على مستوى وحدة الإنتاج التابعة للسيد درهمون مختار تقوم بتوضيب مادة زيت الزيتون ، أين تم تسجيل عدة مخالفات متمثلة في: عدم احترام إلزامية النظافة و النظافة الصحية،عدم احترام إلزامية وسم المنتوج و عدم احترام إلزامية رقابة المطابقة المسبقة تم على إثرها تحرير محضر متابعة قضائية ضد المتدخل ، كما تم اقتطاع عينة من منتوج زيت الزيتون الموضب على مستوى وحدة الإنتاج المذكورة أعلاه قصد التحاليل الفيزيوكيميائية حيث أسفرت نتائج التحاليل على مطابقته من الناحية الفيزيوكيميائية.

7- مراقبة مطابقة مادة التونة المعلبة:

طبقا لمحتوى التعليمة رقم 1278 المؤرخ في 2017/11/20 و خلال هذا التحقيق الذي قام به أعوان مصالحي تم إحصاء العلامات التجارية المسوقة لمادة التونة حيث مست العملية 22 محلا تجاريا (محلات ذات المساحات الكبرى ، المغازات "سوبيرات" و كذا محلات تجارة بالتجزئة للتغذية العامة) و قد تم إحصاء 11 علامة تجارية منها المحلية و المستوردة و في إطار الدراسة و للتأكد من جودة المنتوج تم اقتطاع تسعة (09) عينات قصد التحاليل الفيزيوكيميائية و عينة واحدة قصد التحاليل الميكروبيولوجية حيث أسفرت نتائج التحاليل على مطابقة منتوج واحد من الناحية الفيزيوكيميائية أما التحاليل المتبقية فمازالت قيد الانجاز.

11- مراقبة المنتوجات الموجهة لتغذية الكلاب و القطط:

تبعا للإرسال رقم 4317 المؤرخ في 2017/10/18 و المتعلق باستيراد و تسويق منتوجات موجهة لتغذية الكلاب و القطط، قام أعوان مصالحي بعملية مراقبة و تفتيش على مستوى السوق المحلية للبحث و التحري على هذه المنتوجات حيث أسفرت العملية على 35 تدخل سجل من خلالها 04

مخالفات : 03 مخالفات عدم احترام إلزامية رقابة المطابقة المسبقة و مخالفة واحدة عدم احترام إلزامية وسم المنتوج ،تم على إثرها تحرير 04 محاضر متابعة قضائية و حجز 1.900 كغ من هذه المنتوجات.

12- التحقيق في مخفضات ضغط الغاز:

الإرسالية رقم 4259 المؤرخة في 2015/10/15 عن المديرية الجهوية للتجارة بوهران و المتضمنة مراقبة أجهزة التدفئة ،مخفض ضغط الغاز و موقد النار حيث أسفرت عملية التدخلات على ما يلي :

- عدد التدخلات :135.
- عدد المحاضر :15.
- عدد المخالفات :16 غياب بيانات الوسم.
- كمية الحجز :124 مخفض ضغط الغاز.

14- التحقيق الخاص بالعطور و مزيلات الروائح الجسدية :

الإرسالية رقم 1297 المؤرخة في 2017/03/28 عن المديرية الجهوية للتجارة بوهران حيث أسفرت على:

- عدد التدخلات :06
- عدد المحاضر :02
- عدد المخالفات :01 انعدام الأمن ،01 خداع المستهلك.
- كمية الحجز : 3484،80 لتر من مواد تجميل غير مطابقة.
- القيمة الإجمالية للحجز :229860،00 دج.

15- التحقيقات الخاصة بمراقبة محلات الإطعام الكامل ،الإطعام السريع و قاعات الشاي :

الإرسالية رقم 13338 المؤرخة في 2017/03/30 عن المديرية الجهوية للتجارة بوهران حيث أسفرت على:

- عدد التدخلات : 1664 تدخل .
- عدد المحاضر : 321.
- عدد المخالفات : 329 .
- كمية الحجز :0.16 طن .
- القيمة الإجمالية للحجز:79636 دج
- عدد توقيف النشاط:.18

16- التحقيق في نشاطات بيع الأعشاب الطبية :

الإرسالية رقم 1931 المؤرخة في 2017/07/10 عن المديرية الجهوية للتجارة بوهران حيث قامت فرق قمع الغش و التحقيقات الاقتصادية بإحصاء الناشطين في مجال الأعشاب و إعلامهم بإلزامية التوقف الفوري عن إنتاج الخلطات العشبية و تعديل قيدهم في السجل التجاري وفق رمز النشاط الجديد 501119 و

عدم ترويج منتوجات عشبية التي تحمل ادعاءات علاجية كما تم إلزامهم بإمضاء تعهدات كتابية وفقا للنموذج المرفق مع الإرسالية المشار إليها أعلاه ، حيث أسفرت عملية التحقيق على:

- عدد التدخلات :53.
- عدد المحاضر:11
- عدد اقتطاع العينات : 09 .
- عدد المخالفات :23 وهي مفصلة كالأتي : - 01 عدم الإعلام بالأسعار عدم الفوترة - 04 عدم التسجيل في السجل التجاري - 02 ممارسة نشاط تجاري خارج موضوع السجل التجاري – 01 معارضة للمراقبة – 03 انعدام رقابة المطابقة المسبقة.
- كمية الحجز : 00 .

17- التحقيقات الخاصة بمراقبة المكملات الغذائية : تعليمة وزارية رقم 552 مؤرخة في 11 جوان 2017

- عدد التدخلات :01 .
- عدد المحاضر : 00.
- عدد المخالفات : 00 .

18- التحقيق في الأدوات المدرسية :

الإرسالية رقم 13338 المؤرخة في 2017/03/30 عن المديرية الجهوية للتجارة بوهران حيث أسفرت على:

- عدد التدخلات :27
- عدد المحاضر:15
- عدد اقتطاع العينات : 09 .
- عدد المخالفات :08 عدم الإعلام بالأسعار عدم الفوترة 04 عدم التسجيل في السجل التجاري 02 ممارسة نشاط تجاري خارج موضوع السجل التجاري.
- كمية الحجز : 00 .

19- التحقيق في تبغ الترشق :

الإرسالية رقم 4274 مؤرخة بتاريخ 2017/10/16 عن المديرية الجهوية بوهران : على اثر المعلومات الواردة إلينا في الإرسالية المتعلقة بترويج تبغ الترشق مغشوش مصنوع بطريقة غير شرعية قامت فرق قمع الغش و التحقيقات الاقتصادية بالتحقيق على مستوى محلات بيع التبغ و أدوات المدخنين حيث أسفرت العملية على النتائج التالية :

- عدد التدخلات :27
- عدد المحاضر:15

- عدد اقتطاع العينات : 09 .

- عدد المخالفات :01 عدم الإعلام بالأسعار – 02 عدم الفوترة بقيمة إجمالية 70.000دج - 02 ممارسة نشاط تجاري خارج موضوع السجل التجاري– 01 انعدام رقابة المطابقة المسبقة- 03 غياب بيانات وسم المنتوج.

- كمية الحجز : 9.33 كغ بقيمة إجمالية تقدر بـ 15550،00 دج .

الفرع الثالث: - فضاءات للاعلام لفائدة المستهلكين و المتعاملين الاقتصاديين:

1-الاعلام عبر إذاعة مستغانم:

خلال سنة 2017، قامت مديرية التجارة بتسجيل 32 حصة إذاعية على المباشر كل يوم أحد مدتها ساعة واحدة، إضافة إلى 80 ومضة تبث خلال أيام الأسبوع عبر إذاعة مستغانم شملت عدة مواضيع لهدف التوعية و التحسيس أهمها: حقوق المستهلك في العصر الرقمي، التسممات الغذائية و كيفيات الوقاية منها، تعليمات الأمن الخاصة المطبقة على قاعات الحلاقة و التجميل...

2- الأيام الإعلامية لفائدة المتعاملين الاقتصاديين:

خلال سنة 2017، نظمت مديرية التجارة 21 لقاءا إعلاميا و تحسيسيا لفائدة المتعاملين الاقتصاديين مست مختلف القطاعات الاقتصادية من أبرز مواضيعها: شروط إنتاج و تسويق مواد التنظيف و الصيانة، حقوق المستهلك في العصر الرقمي، الشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، نشاط دور الحضانة ومراكز استقبال الطفولة الصغيرة، استعمال المبيدات في الفلاحة...

3- الاعلام و التوعية عبر المؤسسات التربوية، مراكز التكوين المهني و مؤسسات التعليم العالي:

- **المؤسسات التربوية:**

بالتنسيق مع مديرية التربية لولاية مستغانم، قامت مديرية التجارة خلال سنة 2017 بتسجيل 416 تدخلا عبر مراكز الإطعام التابعة للمؤسسات التربوية في مختلف دوائر ولاية مستغانم مست جميع الأطوار الابتدائي، المتوسط و الثانوي.

كما تم تنظيم 05 لقاءات تحسيسية لفائدة التلاميذ بالطور الابتدائي، المتوسط و الثانوي حول أخطار المفرقعات بمناسبة المولد النبوي الشريف.

- **المؤسسات الاطعامية التابعة لقطاع التعليم العالي :** قامت مديرية التجارة بزيارات ميدانية لمراقبة مطاعم الإقامات الجامعية المتواجدة على مستوى الولاية و التي عددها سبعة (07).

- **مراكز التكوين المهني:**

قامت مديرية التجارة بزيارات ميدانية لمراقبة إحدى عشر (11) مطعما تابعا لمراكز التكوين المهني المتواجدة على مستوى الولاية.

4- التوعية عبر القافلة الوطنية للتحسيس و الوقاية من التسممات الغذائية:

تجسيدا لبرنامج وزارة التجارة حول التحسيس و الوقاية من التسممات الغذائية، نظمت مديرية التجارة أيام وطنية تحسيسية و وقائية من التسممات الغذائية تحت شعار " التسممات الغذائية: تحدي و مسؤولية الجميع، بمناسبة الحفلات و الولائم، توخوا الحذر عند تحضير وجباتكم" من 15 إلى 20 ماى 2017 عبر كامل دوائر ولاية مستغانم على مستوى ساحات البلديات و شواطئها، حيث تم توزيع مطويات توعوية على المواطنين و التجار مع تقديم التوجيهات و النصائح للوقاية من التسممات الغذائية.

حيث تمثلت مختلف الأنشطة فيما يلي:

- برمجة حصص مباشرة و ومضات إذاعية عبر إذاعة مستغانم خاصة للتحسيس بمخاطر التسممات الغذائية، أسبابها و طرق الوقاية منها، نصائح حول كيفيات تداول المواد الغذائية سريعة التلف، الوقاية من التلوث المتبادل ...الخ، كما تم تغطيتها من طرف وسائل الإعلام المكتوبة و تلفزيون النهار، حيث تم إصدار مقالين صحفيين في جريدتي Reflexion و Le carrefour d'Algérie.
- تنظيم مسابقة أحسن قاعة حفلات لسنة 2017 حيث تم اختيار ثلاثة قاعات حفلات
- من بين القاعات الناشطة على مستوى الولاية.
- تنظيم جناح خاص بعرض المنتوج الغذائي المحلي لتشجيع الاستهلاك المحلي.

1- <u>متابعة مراكز الإطعام لامتحانات نهاية السنة:</u>

خلال امتحانات شهادة التعليم الابتدائي لنهاية السنة الدراسية 2017/2016، قامت مديرية التجارة بمراقبة مطاعم المؤسسات التربوية، حيث تم معاينة **45** مركز إطعام لممتحني شهادة التعليم الابتدائي تفاديا لوقوع تسممات غذائية جماعية على مستوى هذه المؤسسات.

2- <u>متابعة قفة رمضان و مطاعم الرحمة:</u>

- **<u>قفة رمضان</u>**:

لضمان السير الحسن لعملية توزيع قفة رمضان، سخرت مديرية التجارة **05** فرق لمتابعة العملية و معاينة نوعية المنتجات المقدمة في القفة، كانت حصيلتها كالتالي:

- عدد البلديات: **17**
- عدد القفف الموزعة: **19497** قفة.

- عدد المحاضر المسجلة: **01** محضر للمخالفة التالية:
  - عدم التسجيل في السجل التجاري " نشاط قار" قيد ثانوي.

- **مطاعم الرحمة:**

خلال شهر رمضان المعظم لسنة 2017، سطرت مديرية التجارة برنامجا لمراقبة مطاعم الرحمة التي بلغ عددها (**17**) مطعما، أين تم برمجة زيارات ميدانية لمعاينة مدى احترام الشروط الصحية على مستوى هذه المطاعم، و كذا مراقبة المواد الغذائية المستعملة في تحضير الوجبات.

تم تقديم حوالي 1710 وجبة على الطاولة و 100 وجبة محمولة في ظروف صحية حسنة.

3- **المشاركة ضمن اللجنة الولائية لمراقبة المؤسسات المصنفة:**

في إطار هذه اللجنة الولائية، قام أعوان قمع الغش رفقة أعضاء اللجنة الولائية خلال سنة 2017 بزيارات ميدانية لمراقبة المؤسسات المصنفة الناشطة في ولاية مستغانم حيث سجلت **100** تدخل.

4- **مراقبة المخيمات الصيفية و العائلية:**

قام أعوان قمع الغش خلال موسم الاصطياف لسنة 2017 بزيارات ميدانية لمراقبة المخيمات العائلية و الصيفية عبر شواطئ ولاية مستغانم من أجل تحسين الخدمات المقدمة إلى المصطافين حيث سجلت **46** تدخلا.

5- **مراقبة المخابر:**

تنفيذا للبرنامج المسطر من طرف مديرية التجارة، قام أعوان قمع الغش خلال سنة 2017 بمراقبة خمسة عشر (15) مخبرا للمراقبة الذاتية متمثلة في ثلاثة عشر (13) مخبرا للتحاليل الفيزيوكيميائية و مخبرين (02) للتحاليل الميكروبيولوجية.

6- **حصيلة الرخص المسبقة لصناعة أو استيراد مواد التجميل و التنظيف البدني و المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص:**

خلال سنة 2017، تم إيداع على مستوى مديرية التجارة **55** ملفا خاصا بصناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و 04 ملفات خاصة بصناعة المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص، تم دراستها و توجيهها إلى اللجنة العلمية و التقنية بالمركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم بالجزائر، حيث تم تسليم ثمانية **08** رخص مسبقة لصناعة مواد التجميل و رخصة (01) لصناعة المواد السامة.

7- **حصيلة رخص بيع الخبز:**

في إطار تطبيق مذكرة المنشور رقم 152 المؤرخة في 20 جوان 2004 الخاصة بتسويق مادة الخبز، تم برمجة اجتماع تشاوري شهريا مع ممثل الإتحاد العام للتجار و الحرفيين فرع مستغانم لدراسة ملفات الطلبات المتعلقة برخص بيع مادة الخبز حيث تم دراسة **80** طلبا و تسليم **59** رخصة لبيع مادة الخبز على مستوى محلات تجارة المواد الغذائية.

8- التسممات الغذائية خلال سنة 2017:

خلال سنة 2017، تم تسجيل حالتي (02) تسمم غذائي جماعي بمجموع عشرة (10) أشخاص مصابين بدائرتي سيدي علي و سيدي لخضر نتيجة عدم احترام شروط النظافة و النظافة الصحية عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك.

خاتمة الفصل:

مما سبق ذكره ، نلاحظ ان مديرية التجارة لولاية مستغانم خصصت وسائل بشرية و مادية لتاطير النشاط التجاري بالولاية، و بالتنسيق مع الشركاء والقطاعات الأخرى تمكنت المديرية من تحقيق نسبة تنفيذ حسنة لمختلف البرامج و الأهداف المسطرة من طرف الوصايا و المصالح الولائية في ميادين التجارة الخارجية ، المنافسة و الجودة و تنظيم النشاطات التجارية و المهن المقننة و الرقابة الاقتصادية و قمع الغش ، بما يخدم المصلحة العامة للمستهلك ، المتعامل الاقتصادي و الاقتصاد الوطني عموما.

و إن تحسين هذه النتائج و المرودية سببه تطور الإمكانيات منها المادية، البشرية والتقنية و هذا رغم الصعوبات و العراقيل التي تواجهنا أثناء تأدية المهام المخولة لنا.

كما يمكننا القول أن تضافر جهود مختلف المصالح الخارجية المتعاونة (الدرك الوطني ، الأمن الوطني و مختلف المديريات القطاعية) ساعد كثيرا على بلوغ نتائج جد معتبرة وخاصة تلك المتعلقة بالقضاء على ظاهرة التجارة غير الشرعية.

و لإعطاء فعالية و نجاعة أكثر لمختلف الإستراتيجيات ، السياسات و البرامج المسطرة في المجال التجاري لابد من التأكيد على تحقيق النقاط التالية:

- ضرورة الأخذ بعين الاعتبار ضمن مخططات التهيئة و التعمير للبلديات ، تخصيص أوعية عقارية لإنشاء فضاءات تجارية (أسواق مغطاة،أسواق جوارية، مساحات كبرى ...).
- مساهمة المجالس المنتخبة المحلية في تحسين المرافق التجارية (الأسواق) و ذلك بإعادة تأهيلها كما يمكن تلخيصها فيما يلي:
- تنظيم ممارسة الأنشطة التجارية عن طريق دفاتر الشروط مع تحديد ضوابط قانونية و صحية لاستغلال هذه المرافق(ضبط مواقيت الافتتاح و الغلق و التنظيف).
- السهر على التأهيل الدوري والمستمر للهياكل التجارية التابعة لهذه المجالس.
- تفعيل دور مكاتب النظافة البلدية و تدعيمها بالإمكانيات البشرية المؤهلة و المادية للقيام بمهامها على أحسن وجه و ذلك نظرا لتواجدها عبر بلديات الولاية.
- إعادة تنشيط الفرق المختلطة مما يساعد على تبادل المعلومات و الخبرات بين جميع القطاعات لمحاربة الظواهر السلبية في قطاع التجارة.
- المساهمة الجماعية لمختلف المديريات الولائية لمعالجة ظاهرة التجارة غير الشرعية و هذا بصفة مستمرة و دائمة.
- تدعيم الجانب التحسيسي و التوعوي و تسخير كل الإمكانيات المتاحة من أجل ترقية الثقافة الاستهلاكية السليمة عند المواطن.

الخاتمة العامة:

نلاحظ من خلال دراستنا لموضوع رقابة المصالح الاقتصادية و دورها في حماية المستهلك انها تحظى باهتمام متزايد من طرف الدولة الجزائرية، لما لهذا الموضوع من ميكانيزمات تقنية و تشريعية تستعملها الدولة لتطبيق سياستها الاقتصاد، كما أن هذا الاهتمام يعكس من جهة أخرى حجم التحديات الراهنة التي تواجه المجتمعات بفعل الانفتاح الاقتصادي المتعاظم، والتدفق الإعلامي و المعلوماتي الكبير.

ان مسؤولية حماية المستهلك تقع بالدرجة الأولى على المستهلك نفسه، إذ نجد أن المنتج هو الطرف القوي في العملية الاستهلاكية ذو سلوك تجاري واع وهادف، بينما نجد بالمقابل المستهلك كطرف ضعيف يتمتع بمستوى معين من الوعي، فالوعي يعد من اهم العوامل المتعلقة بتأمين حمايته، فتثقيف وتوعية وتعليم المستهلك هو الجانب الأساسي لتمكن حمايته، إذ أن الدولة لا يمكن أن تكون لها دور فعال في حماية المستهلك إلا إذا ساهم المستهلك في هذا الدور، ولا يستطيع المستهلك القيام بذلك إلا إذا كان واعيا لحقوقه وكيفية الدفاع عنها.

ويمكن أن يلاحظ في الدول النامية ومنها الجزائر نقص وعي المستهلك، باعتبار أن الأجهزة المسؤولة التي تتصدى لقضية حماية المستهلك، لم ترق بعد في جدية دورها، ولم تصل برامجها وأساليبها التوعية والتثقيفية إلى مستوى أهمية هذه القضية، لذا لا بد من توفير المعلومات الكافية للمستهلك والمتعلقة بالمنتوج أو الخدمة والتصرف لقضايا الاستهلاك عن طريق وسائل الإعلام المختلفة السمعية والبصرية.

كما يجب على المستهلك أن يكون واعيا بضرورة حماية نفسه من الأطراف الأخرى التي تشكل معه عناصر عملية التبادل، وهذا من خلال التدقيق في مدى صلاحية أي منتج معروض عليه للاستهلاك بالرجوع إلى البيانات، وأخذ بعين الأسعار، أي ينبغي عليه تثقيف نفسه سواء تعلق الأمر بالجوانب الصحية الوقائية، أو تعلق الأمر بالجوانب التجارية والاقتصادية، وهذا كله من حماية نفسه من الغش والخداع الذي يمكن أن يمارس عليه في هذا المجال.

كما نرى إضافة إلى ذلك ضرورة أن يكون هناك تعاون بين قوى المجتمع الرسمية والمدنية، وهو ما يمكن اعتباره المدخل الرئيس لإحداث التغيير المطلوب قانونا وممارسة بالنسبة لهذا الموضوع الحساس والهام في الوقت نفسه؛ لأن المستهلك الفرد سيكون فاعلا ويصنع النجاح إذا ما أراد ذلك؛ فمن خلال سلوكه اليومي من مراقبة السلع والتأكد من معلوماتها ونوعيتها وإصراره على الشكوى لدى جمعيات حماية المستهلك وهيئات الرقابة هو الذي سيضغط على الجميع وسيحدد مصير تطوير الاقتصاد؛ إذا المستهلك- في رأينا- هو الذي يحدث التوازن لأنه هو في النهاية من يختار ويدفع السعر، أما سكوته ولا مبالاته وضعف اطلاعه سيؤدي إلى استمرار الفساد والغش وغلاء الأسعار.

ومن جهة أخرى يجب تفعيل الأساليب الترويجية في توعية المستهلك وتوجيهه بما يضمن حمايته وحفظ حقوقه، وهو ما نعتبره من أنجع أساليب الحماية، ونقصد بذلك تفعيل الاتصال والذي يتم عن طريقه نقل

المعلومات عن السلع والخدمات والأفكار للمواطنين لتعريفهم بتلك المنتجات وإقناعهم بقبول أو رفض ما تم الإعلان عنه من حيث مكوناته، ومقدار المنفعة التي يحصلون عليها؛ أي يجب نشر الوعي والثقافة بين الجماهير التي يحتمل أن تنتفع من هذه المنتجات؛ يضاف إلى ذلك التعرف على وجهات نظر المستهلك، ولكي نضمن فعالية هذه الأساليب وتأثيرها فإن ذلك يعتمد أساسا على الفكر والتصميم الجيدين للرسالة الترويجية بالإضافة إلى الحملات. الإعلانية المخططة.

اضافة الى ما سبق ذكرهK فالدولة دور فعال في حماية المستهلك من الغش والحفاظ على صحته وسلامته بوضع مواصفات قياسية تجعل السلع والخدمات ذو جودة لمطابقتها لها، وقد أنشأت أجهزة مختصة لرقابة ذلك، غير أن هذا لم يكن كاف إذ أن هذه الأجهزة لا تحظى بالإمكانيات التي تمكنها من القيام بمهامها، لذا لابد من دعمها بالكفاءات الفنية والإمكانيات المادية الفعالة لتقوم بواجبها لحماية المستهلك بمراقبة مدى تقيد الجهات المنتجة بالمواصفات والمقاييس هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن هذه الأخيرة لا تعتبر كافية لضمان الجودة وإنما تبقى مسألة الجودة مرتبطة بمستوى وعي المستهلك والملاحظ في الجزائر أن عدد هذه المواصفات القياسية محدودة للغاية، كما ليس هناك حداثة في هذه المواصفات بصفة مستمرة متماشية مع تطورات التكنولوجية.

ومن خلال هذه الدراسة نستخلص مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات نلخصها فيما يلي:

-اعطاء مفهوم عام للرقابة الاقتصادية بما يضمن وضع نصوص قانونية تهدف الى حماية المستهلك .

-و ضع ميكانيزمات و اليات تحدد دور الهيئات المكلفة بالرقابة و هذا تفاديا لعدم التداخل فيما بينها و زيادة صلاحيات الرقابة الاقتصادية لمصالح و اعوان المكلفين بالرقابة لدى وزارة التجارة لاحتكاكهم اليومي بالتاجر و المستهلك و اضطلاعهم على جميع اطوار العملية الانتاجية او التسويقية او الخدماتية.

-عرض مهام مديرية التجارة لولاية مستغانم في مجال الحماية المستهلك.

-بالرغم من تعدد الجهات الحكومية المعنية بحماية المستهلك إلا انه لاحظنا نقص الفادح في الأعوان المكلفين بالرقابة.وجهات خاصة يعنى بمشاكل المستهلك ومتابعة شكاويه ومقترحاته.

-زيادة حملات التوعية و التحسيس من اجل إبراز حقوق المستهلك.

-زيادة جمعيات المستهلكين، و تنشا جمعية حماية المستهلك طبقا للقانون الجمعيات المعمول به (القانون رقم 31/90) و هي جمعية لا تسعى إلى تحقيق الربح و يجب أن تخصص لانجاز المشاريع المسطرة في برامجها.

-تحسيس و توعية المستهلك عن المخاطر الناتجة عن استهلاك منتوجات لا تتطابق مع المواصفات المحددة قانونيا.

- إن عملية مراقبة الممارسات التجارية والمنافية للمنافسة هو ضمان لتنفيذ التشريعات القانونية والأنظمة المتعلقة بقواعد وشروط الممارسات التجارية و إحترام المنافسة.

- وضع قواعد شفافة و نزيهة للامتثال لها من أجل معاملات تجارية عادلة .

- المساهمة في الحد من إنتشار التجارة الموازية.

- مراقبة السوق والكشف عن أي مؤشر لممارسة منافية للمنافسة، من أجل ضمان إحترام المنافسة الحرة ؛

-الحفاظ على مصالح المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين.

-يوضع برنامج المراقبة الخاص على أساس الأهداف المسطرة آنفا نظرا لتنوع مجالات التدخلات وذلك لتطوير التعاون ما بين القطاعات والهيئات المتدخلة في السوق قصد إضفاء فعالية في العمل الرقابي و محاربة الغش و تطهير دائم للسوق.

-القيام بالدراسات و البحوث ذات العلاقة بالنشاط الاستهلاكي عموما.

-مشاركة السلطات العمومية في إعداد البرامج و السياسات الوطنية لحماية المستهلك.

-متابعة و معالجة الشكاوى المقدمة من المستهلكين و إحالتها على المصالح المنافسة و مديريات التجارة.

-مساندة و دعم المستهلك الذي يرفع دعوى قضائية من اجل الحصول على تعويض عند الضرر الذي قد يلحق به، و الحصول على تعويض عن الضرر الذي يلحق بمصالح المستهلك.

-إنشاء مكاتب لحفظ الصحة للبلدية زيادة على الموجودة من اجل محاربة كل أشكال العرض غير مطابق للمقاييس للمنتجات أو الخدمات.

-يجب مراعاة اللغة الأم للمستهلك، فاللغة هي وسيلة مهمة في فهم المستهلك لمحتوى التعاقد الذي يريد أن يقدم عليه، كذلك ضرورة أن تتناول القوانين الحديثة وخصوصًا قوانين حماية المستهلك، وقوانين التجارة الإلكترونية حماية المستهلك جزائيًا بشكل صريح، بحيث تجد هذه التشريعات عقوبات رادعة لمن يستغل المستهلك في مقابل الشركات الكبرى، والتي يقوى لا المستهلك على مقاومتها، و البحث عن وسائل أكثر أمانًا للتعاقد الإلكتروني، لتوفير الثقة لدى المستهلك، والاعتراف كذلك بالقوة الإلزامية للتوجيهات الأوروبية، خاصة إذا تم تحديد مدة زمنية معينة، ينبغي خلالها على الدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي تعديل قوانينها وفقًا لأحكامها، بالإضافة إلى الاعتراف أيضًا بالقوة الملزمة للقوانين النموذجية المعنية بالتجارة الإلكترونية، لأن هذه القوانين تمثل ضمانة أساسية لحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، وضرورة إصدار قانون خاص ملزم يتعلق بحماية المستهلك من الأمم المتحدة.

وأخيرا يمكن القول بان الحكومة الجزائرية رغم انها اعتنت و اهتمت بقضية حماية المستهلك وذلك بوضع مواصفات قياسية، وعمل على إنشاء أجهزة حكومية تعمل على مراقبتها واحترامها من قبل الجهات المنتجة ورغم إصداره لعقوبات رادعة، غير أن هذا لم يكن كافي، إذ أن "الوقاية خير من العلاج"، وبالتالي لا بد من التوعية، ولا يتم ذلك إلا بتكامل جهود جميع الأطراف ابتداء من المستهلك.

الكتب:

1- أحمد إبراهيم عبد الهادي , أمينة مصيلحى سحبل , حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية (دراسة ميدانية) بالتطبيق على محافظة المنوفية , برعاية جمعية حماية المستهلك , ومقدم للمؤتمر العام الأول لحماية المستهلك , القاهرة , 22:21 أكتوبر 1995م.

2- محمد الزعبي, عاكف زيادات ,اتجاهات المستهلكين نحو ممارسات الخداع التسويقي في جانب الإعلان : , دراسة ميدانية في مدينة إربد, قسم التسويق، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة اربد الأهلية, 2003

3-أحمد إبراهيم عبد الهادي، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997، ص 192.

4-ثامر البكري، التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة، طبعة 2006، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن

5- سرى صيام، أحمد الطيب، أيسر فؤاد، الحماية التشريعية للمستهلك فى مصر، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 1999 .

6- عبد المنعم محمد رشاد، العوامل المؤثرة على ثقة العميل في التسوق عبر شبكة الإنترنت، دراسة تطبيقية للمواقع الإلكترونية الخاصة ببعض المنظمات الصناعية والخدمية، مجلة آفاق جديدة العلمية للدراسات التجارية، كلية التجارة جامعة المنوفية، السنة التاسعة عشرة، العدد الأول والثاني يناير وأبريل 2007م.

7- عماد أحمد إسماعيل النونو، التسوق عبر الإنترنت - دوافع التبني أو الرفض، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، جامعة العالم الأمريكية، غزة، فلسطين، 2007م . -زكي خليل المساعد، "التسويق في المفهوم الشامل"، ط 2، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، 1998م.

8- حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك: الحماية الخاصة لرضاء المستهلك فى عقود الاستهلاك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1996.

9- عائشة مصطفى المنياوي، الاتجاهات الحديثة للتسويق الإلكتروني، مركز البحوث والمعلومات، أكاديمية 10-السادات للعلوم الإدارية، السنة العشرون، العدد الرابع، مصر، أكتوبر 2002م.

11- إسماعيل السيد، مفهوم المخاطر المدركة ووسائل مواجهتها بواسطة المستهلك دراسة تطبيقية على بعض السلع المنزلية المعمرة بمحافظة الإسكندرية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الإسكندرية، العدد الأول، المجلد التاسع والعشرون، مصر، مارس 1992م .

12- طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية _المفاهيم – التجارب – التحديات – الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية .الطبعة الأولى. مصر: الدار الجامعية. 2003 ..

13- طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية _المفاهيم – التجارب – التحديات – الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية .الطبعة الأولى. مصر: الدار الجامعية. 2003 .

14- بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت .الطبعة الأولى. الأردن: عالم الكتب الحديث. 2004 .

15- نوار دهام مطر الزبيدي, الحماية القانونية ضد إساءة استخدام الكومبيوتر, مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم, العدد 6 السنة الرابعة 1422هـ، 2001م .

16-مهندس: إبراهيم أحمد/ كتاب: التجارة الإليكترونية/ كتاب: كيف تستخدم البريد الإليكتروني في التسويق/ إعداد: اللجنة العلمية للتأليف والتحرير والنشر/ د.عماد الحداد إعداد وصياغة: وفاء فرج

17- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك في مصر بالمقارنة مع أوضاع الحماية في دول السوق الأوروبية والشرق الأوسط .الطبعة الأولى. مصر: دار الفكر. 1996 .

18- نزيه محمد الصادق المهدي, الحماية المدنية لبرامج الكمبيوتر, بحوث مؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت, كلية الشريعة والقانون, جامعة الامارات العربية المتحدة، المجلد الثاني من 1-3/مايو/2000م, الطبعة الثالثة، 2004م

19-عبد العزيز بن محمد الشعيبى , جلال عبد الفتاح الملاح , دراسة تحليلية لأثر الوعى الاستهلاكي فى حماية المستهلك قسم الاقتصاد والإرشاد الزراعى- كلية العلوم الزراعية والأغذية, جامعة الملك فيصل –الاحساء- المملكة العربية السعودية,1998م.

20-زكي خليل المساعد، "التسويق في المفهوم الشامل"، ط 2، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، 1998م

حسن عبد الباسط جميعى، حماية المستهلك: الحماية الخاصة لرضاء المستهلك فى عقود الاستهلاك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1996

21- أحمد جويلى، الجهود المصرية فى حماية المستهلك"، منتدى المرأة وحماية المستهلك، القاهرة، المجلس القومى للمرأة، 2005م.

22- أحمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضنون العقدي، دار النهضة العربية 1994م.

23- أحمد إبراهيم عبد الهادى، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997م.

24- أحمد إبراهيم عبد الهادى, أمينة مصيلحى سحبل, حماية المستهلك فى مجال الخدمات الحكومية (دراسة ميدانية) بالتطبيق على محافظة المنوفية , برعاية جمعية حماية المستهلك, ومقدم للمؤتمر العام الأول لحماية المستهلك, القاهرة, 22:21 أكتوبر 1995م.

الرسائل الجامعية:

1- أحمد السيد كردي، المخاطر المدركة لدى المستهلك النهائي في التسويق الإلكتروني وتأثيرها في اتخاذ قرار الشراء عبر الإنترنت، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة بنها، مصر، 2014م .

2-محمد فهمي عمر الحجار، "حماية المستهلك"، دراسة تحليلية للواقع الأردني، رسالة ماجستير(غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، 1986م.

3-ناجي عبد الستار محمود احمد الدوري، " اثر تحقيق متطلبات إدارة الجودة الشاملة على حماية المستهلك" دراسة استطلاعية في عينة من مستشفيات بغداد، رسالة ماجستير(غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 2000م.

4-أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني .الطبعة الأولى. مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر .2005 .

5- سناء الجرابعة، إستراتيجيات المستهلك الأردني لتخفيض درجة المخاطرة المدركة عند شراء السلع المعمرة، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية, الأردن, 1994م

6- سناء الجرابعة، إستراتيجيات المستهلك الأردني لتخفيض درجة المخاطرة المدركة عند شراء السلع المعمرة، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، الأردن، 1994م .

الملتقيات:

1- د. الداوي الشيخ/تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، حالة الجزائر.

2-عمر لعلاوي، دور وأهمية الجودة والتقييس في حماية المستهلك، الملتقى الوطني الأول حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي- الجزائر: 13-14 أفريل2008.

3 - عنابي بن عيسى، جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك، الملتقى الوطني الأول حول: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي- الجزائر: 13-14 أفريل2008.

4 - زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 1997.

5-فؤاد محمد حسين الحمدى ,الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد في الجامعة المستنصرية, 2003م.

6-الأمم المتحدة: التقرير التنفيذي المتعلق مبادئ الأمم المتحدة لحماية المستهلك(1985، 2013) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية جنيف 2013.

7-الغش التجاري في المجتمع الإلكتروني -ورقة عمل مقدمة إلى الندوة الرابعة لمكافحة الغش التجاري والتقليد في دول مجلس التعاون الخليجي , من الغرفة التجارية الصناعية بالرياض خلال الفترة 20-21 سبتمبر عام 2005م.

8-براق محمد وآخرون، **رقابة الجودة ودورها فى حماية المستهلك**، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الوطنى الأول لمعهد العلوم القانونية والإدارية، **حماية المستهلك فى ظل الانفتاح الاقتصادى**، فى الجزائر، أبريل 2008م.

القوانين والمراسيم:

1-المرسوم التنفيذي رقم 90- 39 المؤرخ في 30 جانفي1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش(الجزائر).

2- المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90- 39 المؤرخ في 30 جانفي1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش (الجزائر).

3- قانون 02/89 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

-5قانون رقم 08/04 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق ل 14 أوت 2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

4- قانون رقم 02/04 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق ل 23 يوليو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

5- مرسوم تنفيدي رقم 39/90 مؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش.

6- مرسوم تنفيدي رقم 95/92 مؤرخ في 13 جانفي 1992 المتعلق بشروط و طرق إستعمال المواد المضافة للمنتوجات الغدائية.

7-مرسوم تنفيدي رقم 305/97 المؤرخ في 07 أكتوبر 1995 المتعلق بالفوترة.

8- مرسوم تنفيدي رقم 306/2000 المؤرخ في 19 أكتوبر 2000 المتعلق بكيفيات مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة و نوعيتها.

9- الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 جمادة الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 المتعلق المنافسة.

10-المادة 03 فقرة 03 من القانون رقم 02/89 المتعلق بقواعد العامة لحماية المستهلك.

11- المادة 04 فقرة 03 من القانون 02/89 المتعلق بقواعد العامة لحماية المستهلك.

12-المادة 05 من القانون رقم 02/89 المتعلق بقواعد العامة لحماية المستهلك.

13- المادة 16 من القانون رقم 02/89 المتعلق بقواعد العامة لحماية المستهلك.

مواقع الانترنت:

الموقع الالكتروني لمديرية التجارة لولاية مستغانم **http://www.dcw-mostaganem.dz**

الموقع الالكتروني لغرفة التجارة والصناعةhttp://www.ccidahra.com

الموقع الالكتروني لوزارة التجارةhttp://www.mincommerce.gov.dz

الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعةhttp://www.caci.com.dz

المركز الوطني للسجل التجاريhttp://www.cnrc.org.dz

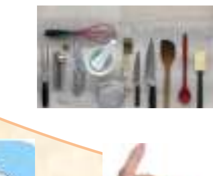
المراجع باللغة الفرنسية :

1-Mohamed Bouaiche , qualité des aliments et protection de la santé du consommateur , ce texte développe une communication
présenté à Tizi-Ouzou le 02 et 03 juin dans le cadre de la 2em journée national de la recherche sur technologie et qualité des aliments .

2- Cunningham، & Gerlach، & Harper، & Young ،Perceived risk and the consumer buying process: internet airline reservations ،International Journal of service industry management ،(on-line) ،Vol: 16 ،No: 4 ،Available: file: //A Emerald. Host: Htm ،2005 ،P: 58.

3-OECD Guidelines for **Protecting Consumers from Fraudulent** and Deceptive Commercial Practices Across Borders (2003),

كيفية انتقال الجراثيم الى الطعام



عـــن طـريق أدوات الـطبـخ الـملوثـــــة.





عـــن طريق إفرازات الأنف، الحلق و الجروح.



عـــن طريق الأيادي الملوثة بالجراثيم المسببة للتسمم .



عـــن طريق المياه الملوثة.



ملامسة الأغذية للأرضية مباشرة .

المصاب بإسهال لا يشترك أبدا في إعداد الطعام خشية من نقل و انتشار العدوى للآخرين.





ما هو التسمم الغذائي؟



هو حالة مرضية مفاجئة تظهر على شخص أو عدة أشخاص نتيجة تناولهم أغذية غير سليمة تحتوي على جراثيم.

ما هي الجراثيم ؟



كائنات صغيرة مجهريه لا ترى بالعين المجردة تتكاثر لتصل إلى 18 مليون جرثومة خلال 8 ساعات فقط.

أعراض التسمم الغذائي

تختلف الأعراض حسب نوع الطعام الفاسد أو الشخص المتسمم و تبدأ بعدَ تناول الطَّعام الملوَّث بساعاتٍ إلى أيَّام، وقد تشتملُ على:





وتشتمل العَلاماتُ التي تشير إلى حالةٍ خَطيرة من التَّسمُّمِ الغذائي، و التي تَستَدعي التدخُّلَ الطبِّي، على ما يلي:

- القيء الذي يدوم أكثر من يومين.
- الاسهال الذي يدوم أكثر من ثلاثة أيَّام، أو الإسهال المصحوب بدم، أو عدم القُدرة على الاحتفاظ بالسَّوائل في الجسم (أي إفراغها بسرعة بالإسهال أو القيء).
- الحمَّى، وجود دم في القيء، الاختِلاجات، ازدواج الرُّؤية، اضطراب قدرة الشَّخص على الكَلام.
- علامات النَّقص الشَّديد للسَّوائل في الجسم مثل جفاف الفَم وغؤور العينين وقلَّة البول أو انعدامه.

وزارة التجارة

Ministère du commerce

تحت الرعاية السامية لمعالي وزير التجارة تنظم مديرية التجارة لولاية مستغانم

Sous le haut patronage de Monsieur le ministre du commerce, la direction du commerce de la wilaya de Mostaganem



"الوقاية من التسممات الغذائيـة"

"Prévention des intoxications alimentaires"

13 مارس 2018

كيف تحمي نفسك من التسمم الغذائي

الاهتمام بالنظافة يكون في ...

نظافة المطبخ

- ضرورة خلو المطبخ من الحشرات.
- وضع سلة المهملات بعيدة عن مكان اعداد الطعام.
- احتواء المخلفات في أكياس يجري غلقها باحكام.
- التنظيف المتكرر.

النظافة الشخصية

- استعمال المناديل الورقية لمرة واحدة.
- تنظف الجروح، تطهرها و تضمدها.
- النظافة الجسدية .

نظافة أدوات الطبخ و التقديم

- غسل الاواني المستخدمة بعد كل استخدام.
- استعمال اواني ملائمة غير قابلة للصدأ.

الاهتمام بنظافة اليدين





للمزيد من المعلومات يمكنكم التواصل معنا :
العنوان : حي 348 مسكن خروبة – مستغانم –
الهاتف: 045.39.29.11 / الفاكس: 045.39.29.12
الموقع : www.dcw-mostaganem.dz / البريد الالكتروني : dcmostaganem@yahoo.fr

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة
مديرية التجارة لولاية مستغانم




متطلبات الأمن لأجهزة الغاز المحترق



إعداد:

مكتب ترقية الجودة و العلاقات مع الحركة الجمعوية

مارس 2018

النصوص التنظيمية و التشريعية

- ❖ القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.
- ❖ المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
- ❖ المرسوم التنفيذي رقم 327/13 المؤرخ في 2013/09/26 الذي يحدد شروط و كيفيات وضع ضمان السلع و الخدمات.
- ❖ المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 2012/12/06 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات.
- ❖ القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 31 جانفي 2016 يتضمن المصادقة على النظام التقني الذي يحدد متطلبات الأمن لأجهزة الغاز المحترق



• يجب أن يراعى في هذه الأجهزة المعروضة للبيع شروط التصنيع المتعلقة بالأمن بغرض توفير حماية أفضل عند تركيبها، استخدامها و صيانتها.

• يجب أن لا يلحق الجهاز ضررا بسلامة الأشخاص و ممتلكاتهم و الحيوانات الأليفة.

• يجب أن تحترم في الأجهزة القواعد العامة للسلامة.

المتطلبات الأساسية المطبقة على الأجهزة





1. تصميم الجهاز و تصنيعه	2. عند وضعه في السوق
العمل بكل سلامة	دليل تقني معد للمركب
عدم تشكيل أي خطر	دليل استعمال و صيانة
	التحذيرات و الاحتياطات

الاحتياطات و التحذيرات

- تركيب الجهاز من طرف مختص و ذلك للتأكد من أمن و سلامة الجهاز.
- تركيب الجهاز في مناطق ذات تهوية كافية.
- عدد مرات و أوقات الصيانة المطلوبة لحسن عمل الجهاز.
- توصية تتعلق بأي إجراء احترازي لحماية إضافية لفئة معينة من الأشخاص.





بيانات الوسم

- تسمية البيع
- اسم المنتج أو المستورد أو الموزع
- بلد المنشأ
- طريقة الاستعمال
- تعريف الحصة أو السلسلة
- الاحتياطات المتخذة في مجال الأمن



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التجارة

مديـرية التجارة لولاية مستغانم

الشروط الصحية المطلوبة في المطـاعم



2017

النصوص التنظيمية و التشريعية

- القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم.
- القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.
- مرسوم تنفيذي رقم 91-53 مؤرخ في 23 فبراير 1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك.
- المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 21 نوفمبر 1999، يتعلق بدرجات الحرارة وأساليب الحفظ بواسطة التبريد والتجميد أو التجميد المكثف للمواد الغذائية.

للمزيد من المعلومات، تواصلوا معنا على:

الموقع الإلكتروني: www.dcw-mostaganem.dz

الهاتف: 045.39.29.11

الفاكس: 045.39.29.12

نصـائح وإرشـادات

- عدم استعمال لحوم لا تحمل الطابع البيطري.
- طلب الشهادة البيطرية عند استلام اللحوم و الدواجن.
- استعمال ألواح مختلفة لتقطيع اللحوم الطازجة و الخضر.
- فصل اللحوم عن الأغذية الأخرى عند الحفظ و التحضير.
- مراقبة درجة حرارة غرف التبريد مع الحرص على نظافتها.
- الحرص على مراقبة تاريخ نهاية صلاحية كل المواد المستعملة.
- الحرص على غسل الخضر و الفواكه بالماء جيدا.
- الحرص على التنظيف الجيد للتجهيزات و أواني التقديم بعد كل استعمال.
- العزل بين المناطق المخصصة لتحضير الأغذية و المنشآت الصحية للمستخدمين.
- عدم الاحتفاظ بالأطباق الجاهزة مدة طويلة في درجة حرارة معتدلة ملائمة لتكاثر الميكروبات.



شروط النظافة و النظافة الصحية

- **المعدات ، الأواني و التجهيزات** : يجب أن تكون:
  - مقاومة للصدأ و التآكل و أن تصمد لمختلف عمليات الصيانة و التنظيف المتكررة.
  - نظيفة و مطهرة بصفة دائمة و محفوظة في مكان يضمن حمايتها من التلوث.
  - يجب أن تكون أجهزة التبريد نظيفة و تعمل بصفة جيدة لضمان سلامة المنتجات الغذائية المحفوظة فيها من كل الملوثات الخارجية ومن تكاثر الجراثيم.
- **المستخدمين:**
  - العناية بنظافة الثياب و الأبدان.
  - ارتداء ملابس العمل (المـآزر، القبعات، القفازات).
  - القيام بالفحوصات الطبية الدورية لجميع المستخدمين بالمطعم.



التنظيف و التطهير

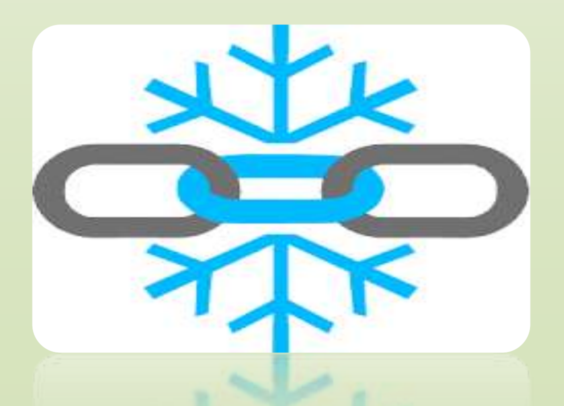
- أماكن التخزين المخصصة لحفظ المواد الأولية.
- أماكن التحضير و الطبخ.
- جميع الأواني، المعدات و التجهيزات.
- القاعات و أماكن تقديم الخدمة المخصصة لتقديم الوجبات الغذائية.
- يجب أن تكون جميع الأماكن منفصلة عن المنشآت الصحية المخصصة للمستخدمين.
- يجب أن تكون كل المساحات من سقف، جدران و أرضية نظيفة و مطهرة بمواد تنظيف مطابقة و فعالة كما يجب أن تؤمن هذه المناطق الضمان الكاف ضد كل الملوثات.



سلسلة التبريد

سلسلة التبريد هي حفظ المواد الغذائية المبردة أو المجمدة في درجة حرارة منخفضة تسمح لها بالاحتفاظ بنوعيتها الغذائية إضافة إلى الذوق من مكان إنتاجها إلى وقت استهلاكها.

- تتمثل سلسلة التبريد في مختلف المراحل (التعليب، النقل، التخزين) التي تسعى لحفظ الأغذية تحت درجة حرارة معينة.
- لا بد من احترام سلسلة التبريد مستمرة و دون انقطاع من أجل الحد من خطر التسممات الغذائية.
- يجب أن يكون احترام سلسلة التبريد الانشغال الرئيسي للمستخدمين في المطعم.
- انقطاع سلسلة التبريد يساهم في تسريع تكاثر البكتيريا مما ينتج عنه تقليص صلاحية المنتوج.



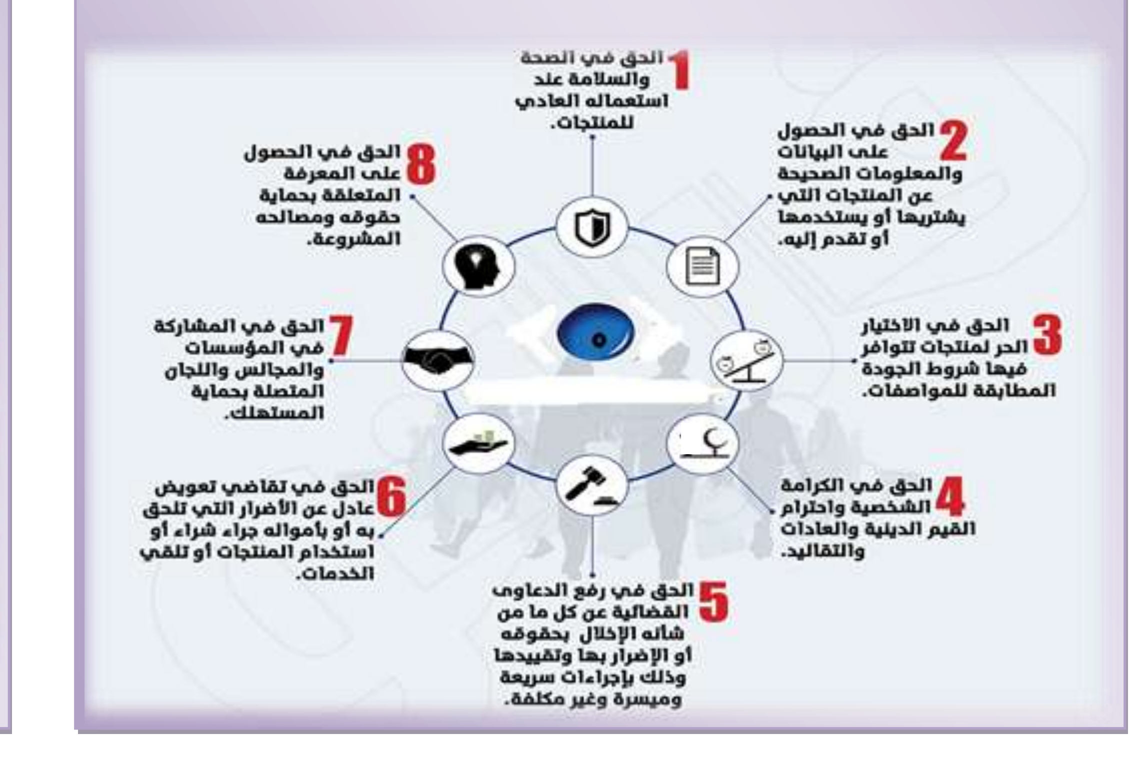
اليوم العالمي لحقوق المستهلك

تحتفل دول العالم باليوم العالمي لحقوق المستهلك والذي أقرته الأمم المتحدة في 15 مارس من كل سنة تيمنا بإعلان الرئيس جون كندي في الكونجرس الأمريكي "15 مارس 1962" الذي قال فيه: "إن المستهلكين هم الشريحة الكبيرة في العالم والتي تتأثر وتؤثر في السوق الاقتصادي، إلا أن صوتها لا يزال غير مسموع".

أهداف يوم حقوق المستهلك

- ✓ المطالبة باحترام حقوق المستهلك وحمايته.
- ✓ تسليط الضوء على بعض الممارسات الخاطئة وغير الأخلاقية والتي تضر مصالح المستهلك.
- ✓ مخاطبة الجهات الحكومية بإصدار التشريعات و توفير المعلومات اللازمة للمستهلكين في كيفية التعامل مع السلع والخدمات.
- ✓ المطالبة بالحقوق الأساسية والرئيسية للمستهلك «حقوق المستهلك الثمانية».

الحقوق الثمانية للمستهلك



✓ تعليمات حول الشراء الالكتروني :



- السمعة الجيدة للموقع الالكتروني
- احذر من المواقع التي تطلب بيانات حسابك البنكي و كلمة المرور الخاصة به.
- تأكد من حماية بياناتك الشخصية و المالية.
- تجنب المواقع التي ترسل رسائل تطفلية على بريدك الالكتروني.
- تأكد من توفر الموقع على المواصفات الكافية للمنتج
- تعرف على كيفية تعامل الموقع حول طلب المزيد من المعلومات و الشكاوي.
- تأكد من البيانات الحقيقية للموقع لتسهيل التواصل مع مسؤولية
- احذر المواقع التي تقدم تخفيضات غير معقولة بدرجة لا يمكن تصديقها

إرشادات مرحلة ما قبل الشراء:

- حدد مواصفات المنتج المطلوب
- محركات البحث وسيلة مفيدة لمعرفة المزيد عن المنتج
- اطلع على مواصفات المنتج و مقارنته بمنتجات مماثلة
- استفد من مواقع الانترنيت المتخصصة في مقارنة الأسعار
- اطلع على سياسات الاسترجاع و الضمان
- لا تغفل قراءة أراء المستخدمين حول المنتج
- تحديد ميزانية الشراء و التوصيل
- يجب تحديث برامج الحماية من الفيروسات للحفاظ عل

النصوص التشريعية و التنظيمية

- ❖ القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.
- ❖ المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
- ❖ المرسوم التنفيذي رقم 327/13 المؤرخ في 2013/09/26 الذي يحدد شروط و كيفيات وضع ضمان السلع و الخدمات.
- ❖ المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 2012/12/06 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات.





تحت الرعاية السامية لمعالي السيد وزير التجارة



السيد والي ولاية مستغانم

السيد مدير التجارة

تنظم مديرية التجارة لولاية مستغانم اليوم العالمي لحقوق المستهلكين تحت شعار:

"لنجعل الأسواق الرقمية أكثر عدلا للمستهلكين"



إعـــداد:

مكتب ترقية الجودة و العلاقات مع الحركة الجمعوية

15 مارس 2018

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التجارة

مديرية التجارة لولاية مستغانم

اليوم العالمي لحقوق المستهلكين " حقوق المستهلك في العصر الرقمي "

15 مارس 2017

✓ **تعليمات حول الشراء الالكتروني :**

- السمعة الجيدة للموقع الالكتروني.
- احذر من المواقع التي تطلب بيانات حسابك البنكي و كلمة المرور الخاصة به.
- تأكد من حماية بياناتك الشخصية و المالية.
- تجنب المواقع التي ترسل رسائل تطفلية على بريدك الالكتروني.
- تأكد من توفر الموقع على المواصفات الكافية للمنتج.
- تعرف على كيفية تعامل الموقع حول طلب المزيد من المعلومات و الشكاوي.
- تأكد من البيانات الحقيقية للموقع لتسهيل التواصل مع مسؤوليه.
- احذر المواقع التي تقدم تخفيضات غير معقولة بدرجة لا يمكن تصديقها.
- تعرف على الية الشحن و التكاليف.

✓ **إرشادات مرحلة ما قبل الشراء:**

حدد مواصفات المنتج المطلوب

محركات البحث وسيلة مفيدة لمعرفة المزيد عن المنتج

لا تغفل قراءة أراء المستخدمين

تحديد ميزانية الشراء

اطلع على مواصفات المنتج و مقارنته بمنتوجات مماثلة

استفد من مواقع الانترنيت المتخصصة في مقارنة الأسعار

اطلع على سياسات الاسترجاع و الضمان

يجب تحديث برامج الحماية من الفيروسات للحفاظ على معلوماتك الشخصية

الجـمـهـوريـة الجـزائـريـة الـديـمـقـراطـيـة الـشـعـبـيـة

وزارة الـتــجـارة

مـديـريـة التـجـارة لـولايـة مـسـتـغـانـم

اليوم العالمي لحقوق المستهلكين 15 مارس 2017

" حقوق المستهلك في العصر الرقمي "

☑ خذوا حذركم من سوء استعمال شبكة الانترنيت.

☑ خذوا الاحتياطات اللازمة للاستعمال العقلاني للانترنيت من طرف أطفالكم.

☑ انتبهوا عند القيام بالأبحاث عبر الانترنيت.

☑ حذار من سرقة الهوية الرقمية، يمكن تعديل الصور المأخوذة من شبكة التواصل الاجتماعي و تحويلها دون علم صاحبها.

☑ كونوا مواطنين صالحين على الانترنيت ولا تفعلوا أي شيء يضر الآخرين أو يكون مخالفا للقانون.

☑ Faites attention aux conséquences d'une mauvaise utilisation de l'internet.

☑ Prenez le soin de veiller à ce que votre jeune enfant utilise avec modération l'internet.

☑ Soyez attentifs quand vous faites des recherches sur internet.

☑ Attention au vol d'identité numérique, une photo récupérée sur un réseau social peut être modifiée, détournée à l'insu de son propriétaire.

☑ Soyez des bons citoyens sur Internet, ne faites rien qui nuit aux autres ou contrevient la loi.

تحت الرعاية السامية لمعالي وزير التجارة

Sous le haut patronage de Monsieur le ministre du commerce

وزارة التجارة

Ministère du commerce

مديرية التجارة لولاية مستغانم

Direction du commerce de Mostaganem



"مكافحة التبذيـــر الغـــذائي"

«La lutte contre le gaspillage alimentaire»

مارس 2018

Mars 2018

"مكافحة التبذيـــر الغـــذائي مسؤوليـــة الجميع"

« La lutte contre le gaspillage alimentaire la responsabilité de tous »

ما هو التبذير الغذائي؟



هو رمي المواد الغذائية رغم إمكانية استهلاكها، سواء كانت مستعملة أولا.

و التبذير ظاهرة موجودة على امتداد سلسلة الإنتاج، التوزيع حتى الاستهلاك.

Le gaspillage alimentaire qu'est-ce que c'est ?

C'est le fait de jeter à la poubelle des denrées alimentaires, entamées ou non, qui auraient pu être consommées. Il est présent tout au long de la chaîne de production, de distribution et de consommation.



للمزيد من المعلومات، تواصلوا معنا على:

الموقع الالكتروني:

www.dcw-mostaganem.dz

الهاتف: 045.39.29.11

الفاكس: 045.39.29.12

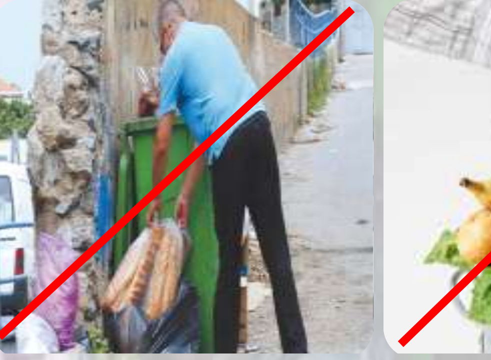
«La lutte contre le gaspillage alimentaire»

1- *Sur votre lieu d'achat :*

- *Préparez votre liste de courses avant de partir en vérifiant vos stocks de nourriture.*
- *Examinez la date de péremption des produits*
- *Respectez la chaîne du froid en finissant vos courses par les produits frais et surgelés.*

2- *Dans votre cuisine :*

- *Rangez votre réfrigérateur, chaque aliment à sa place.*
- *Respectez la règle « 1er entré, 1er sorti ».*
- *Emballez les aliments dans des boites hermétiques ou du film alimentaire.*
- *Congelez le produit si vous ne comptez pas le manger aussitôt.*
- *Dosez correctement les quantités cuisinées pour éviter les restes.*





"مكافحة التبذيـــر الغــــذائي"

1- عند التسوق:

- أعدّوا قائمة المشتريات قبل الخروج من المنزل بعد تفقد مخزون المواد الغذائية الموجودة.
- تحققوا من تاريخ نهاية الصلاحية للمواد الغذائية.
- احترموا سلسلة التبريد و اشتروا دائما المواد المبردة و المجمدة في الأخير.
- اشتروا الحاجات الأساسية اللازمة دون زيادة و بكميات محددة.

2- في المطبخ:

- عليكم بترتيب الثلاجة.
- بالنسبة للمواد الغذائية، احترموا قاعدة " ما يدخل أولا، يخرج أولا ".
- قوموا بتغليف المواد الغذائية بالغلاف الشفاف الغذائي أو في علب محكمة الإغلاق.
- جمدوا المواد الغذائية إذا لم ترغبوا في استهلاكها سريعا.
- احترموا مقادير الأكل عند الطبخ لتجنب بقايا الطعام.





نصـائح وإرشـادات

- الحرص على نظافة جميع أماكن المحـل.
- الحرص على التنظيف الجيد للتجهيزات و أواني التقديم بعد كل استعمال.
- الحرص على مراقبة تاريخ نهاية صلاحية كل المواد المستعملة.
- العزل بين المناطق المخصصة للتحضير و المنشآت الصحية للمستخدمين.



النصوص التنظيمية و التشريعية

- القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل و المتمم.
- القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.
- مرسوم تنفيذي رقم 91-53 مؤرخ في 23 فبراير 1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك.
- المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 21 نوفمبر 1999، يتعلق بدرجات الحرارة وأساليب الحفظ بواسطة التبريد والتجميد أو التجميد المكثف للمواد الغذائية.

للمزيد من المعلومات، تواصلوا معنا على:

الموقع الإلكتروني: www.dcw-mostaganem.dz

الهاتـف: 045.39.29.11

الفاكس: 045.39.29.12

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التجارة

مديـرية التجارة لولاية مستغانم

الشروط الصحية المطلوبة في المقـاهي



2017

شروط النظافة و النظافة الصحية

- **المعدات ، الأواني و التجهيزات** : يجب أن تكون:
  - ■ مقاومة للصدأ و التآكل و أن تصمد لمختلف عمليات الصيانة و التنظيف المتكررة.
  - ■ نظيفة و مطهرة بصفة دائمة و محفوظة في مكان يضمن حمايتها من التلوث.
  - ■ يجب أن تكون أجهزة التبريد نظيفة و تعمل بصفة جيدة لضمان سلامة المنتجات الغذائية المحفوظة فيها من كل الملوثات الخارجية ومن تكاثر الجراثيم.
- **المستخدمين:**
  - ■ العناية بنظافة الثياب و الأبدان.
  - ■ ارتداء ملابس العمل (المـآزر، القبعات، القفازات).
  - ■ القيام بالفحوصات الطبية الدورية لجميع المستخدمين بالمقهى.



التنظيف و التطهير

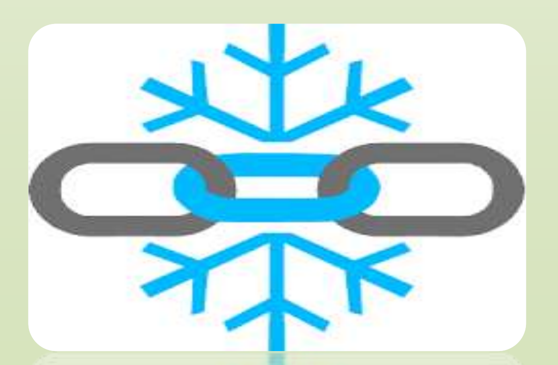
- ■ أماكن التخزين المخصصة لحفظ المواد الأولية.
- ■ أماكن التحضير.
- ■ جميع الأواني، المعدات و التجهيزات.
- ■ القاعات و أماكن تقديم الخدمة للمستهلكين .
- ■ يجب أن تكون جميع الأماكن منفصلة عن المنشآت الصحية المخصصة للمستخدمين.
- ■ يجب أن تكون كل المساحات من سقف، جدران و أرضية نظيفة و مطهرة بمواد تنظيف مطابقة و فعالة كما يجب أن تؤمن هذه المناطق الضمان الكاف ضد كل الملوثات.



سلسلة التبريد

سلسلة التبريد هي حفظ المواد الغذائية المبردة أو المجمدة في درجة حرارة منخفضة تسمح لها بالاحتفاظ بنوعيتها الغذائية إضافة إلى الذوق من مكان إنتاجها إلى وقت استهلاكها.

- ■ تمثل سلسلة التبريد في مختلف المراحل (التعليب، النقل، التخزين) التي تسعى لحفظ الأغذية تحت درجة حرارة معينة.
- ■ لا بد من احترام سلسلة التبريد مستمرة و دون انقطاع من أجل الحد من خطر التسممات الغذائية.
- ■ انقطاع سلسلة التبريد يساهم في تسريع تكاثر البكتيريا مما ينتج عنه تقليص صلاحية المنتوج.



الملخص باللغة العربية :

تهدف هذه الدراسة الى شرح موضوع في غاية الأهمية تحت عنوان "دور مصالح الرقابة الاقتصادية في حماية المستهلك " ،على اعتبار أن الحماية الفعلية والمحورية للمستهلك تكمن في عديد الاجهزة الرقابية التي تملك الصلاحيات القانونية والإمكانيات المادية والبشرية وحتى العلمية والتكنولوجيا ، و عليه فان هذه الاجهزة لها فائدة كبيرة بالنسبة للمستهلكين وللمهنيين وحتى بالنسبة للأفراد القائمين بصفتهم مخولين بتطبيق أحكام قانون حماية المستهلك.

وللوقــوف على ذلك قسمنا العمل إلى جانبين الأول النظري والذي تناولنا فيه فصلين الأول تطرقنا فيه إلى مجال الرقابة في اطار حماية المستهلك وذلك وقوفا عند مفهوم الرقابة و انواعها ثم الهيئات المكلفة بهذه الرقابة كما تطرقنا الى الاعوان المكلفين بالرقابة التابعين لوزارة التجارة بصفتهم الهيئة الاولى المكلفة بالرقابة في الجزائر وفي الفصل الثاني ذهبنا إلى ابعد من ذلك في تحديد مجال حماية المستهلك في ظل رقابة مصالح الممارسسات التجارية و كذا مصالح الجودة و قمع الغش اضافة الة حماية المستهلك الكترونيا

أما الجانب التطبيقي فكان بعنوان دور المديرية الولائية للتجارة في حماية المستهلك والذي تطرقنا فيه إلى ماهية المديرية الولائية للتجارة والمهام والمسندة إليه وكل ما تقوم به من اجل حماية المستهلك .

الملخص باللغة الفرنسية :

L'objectif de cette étude est de bien définir des services du "contrôle économique dans la protection du consommateur" et des mettre en avant le rôle effectif et réel des agents de contrôle chargés d'applique la loi en exploitant les divers moyen légaux. Humains. Scientifique et technique mis a leurs disposition pour mieux protégerait et servir le consommateur.

Et pour ce faire nous avons partager le travail en deux grands chapitres, le premier théorique qui englobe deux parties, la première dans le domaine du contrôle à proprement dit en expliquant la terminologie et les fonctions du contrôle de la qualité et des pratiques commerciales et mettre la lumière sur les agents du contrôle dans le cadre des activités et des échanges commerciaux.

La seconde partie, plus réelle et palpable quand au rôle du contrôle sur le terrain et tous le travail réel pour protéger le consommateur "qualité, pratiques commerciales et e-commerce " .

Le deuxième chapitre ,pratique , a pour but d'éclairer et d'expliquer le rôle de la direction du commerce de la wilaya dans la stricte application des mesures de protections du consommateur et la bonne pratique des divers échanges commerciaux dans le cadre de la législation algérienne .